EDIÇÃO DUPLA
Cz$ 200,00
0584 Manaus, Boa Vista, Macapá, Rio Branco, Santarém, Alcamra (via aérea) Cz$ 260,00

O HOMEM QUE SALVOU OS MICROS DA APPLE

PLAYBOY

EDIÇÃO DUPLA Nº 150!

SEXO: BOAS NOTÍCIAS PARA SUA POTÊNCIA

UM CONTO ERÓTICO DE FERNANDO SABINO

NUAS:
★ISADORA RIBEIRO
A GAROTA DO FANTÁSTICO

★SASSARICANDO,
CLÁUDIA RAIA
EXIBE SUAS MAIS LOUCAS FANTASIAS SEXUAIS

E MAIS:
UMA REVISTA EXTRA
COM O GUIA DAS 150 MELHORES COISAS DA VIDA: DAS PRAIAS AOS MOTÉIS

EDITORA ABRIL
N.º 150
1988
Cz$ 190,00
Venda proibida para menores de 18 anos

UM POSTER COM 150 COELHINHAS

0584 Manaus, Boa Vista, Macapá, Rio Branco, Santarém, Alcamira (via aérea) Cz$ 260,00

ANO 13, N.º 150
Janeiro de 1988

PLAYBOY

DESEJOS E PRAZERES

MULHER BONITA

48 **A Fantástica Garota Playboy 88**
Você vai descobrir por que Isadora Ribeiro foi eleita a Garota Playboy 88 e escolhida para brilhar na abertura do *Fantástico*

60 **Minissaia, Uma Grande Provocação**

Elas voltaram à moda neste verão, mais curtas do que nunca. Olho no lance — e nas pernas delas!

66 **O Clube das 150 Garotas de Playboy**
Num superposter, as garotas que deram o que falar nas nossas 150 edições

86 **As Fantasias Eróticas de Cláudia Raia**
De ninfa a deusa, ela realiza os seus mais loucos desejos, num ensaio especial de J.R. Duran

FICÇÃO

44 **A Menina de Búzios**
Ela descobriu que poderia trocar um beijo por um radinho. E estava disposta a ir além por uma bicicleta, neste conto erótico de Fernando Sabino

HUMOR

23 **O Drama do Drácula**
No divã do psicanalista, o sanguinário personagem abre seu coração

73 **O Analista de Bagé**

122 **Queromeu, o Corrupião Corrupto**

128 **As Piadas de Playboy**

CARRO

82 **O Charme do Pequeno Nick**

De uma Saveiro transformada surge um minicarro que tem charme, conforto e desempenho. Ideal para o trânsito da cidade. Confira.

DOCE VIDA

17 **Insiders**
Os novos modismos em Paris; móveis de corda e nós feitos em Teresópolis; o Bacalhau do Hugo, um dos melhores do Recife

25 **Prazeres Culturais**
O grande *thriller* da temporada de férias no cinema; um livro divertido e perfeito para o verão; e o melhor Sting, o do Police

28 **O Homem na Cozinha**
Um "Picadinho à Brasileira", segundo a "partitura" do maestro Diogo Pacheco

35 **Zoom**
Cientistas testam com sucesso uma nova droga para combater a impotência sexual

PODER E FAMA

ENTREVISTA

37 **Andrade Vieira**
O presidente do Bamerindus, o 3.º maior banco do Brasil, fala sobre a situação do país, capitalismo popular, os bastidores da economia e dá um conselho: nunca tome dinheiro emprestado

74 **Rita Camata, o Anjo Louro da Constituinte**
Enfrentando rivais, preconceitos e até as posições políticas do marido senador, ela mostra que não é apenas a deputada mais bonita do Brasil

ESPECIAL

97 **O Livro do Mês**
Em **Odisséia — Da Pepsi à Apple,** a brilhante trajetória profissional de John Sculley, um executivo que precisou derrotar um mito da indústria da informática, Steve Jobs, para implantar suas idéias revolucionárias de administração

CLICK

126 **Flagras Indiscretos da Fama**
Josi Campos entra no Maracanã e incendeia a galera; Hans Donner inventa truques e esquenta a abertura do *Fantástico*

A SEU SERVIÇO

DINHEIRO

58 **Quanto Vale**
O espaço é apenas o de uma cama de casal, mas custa uma fortuna nos endereços mais chiques de Paris, Nova York, Londres...

PROMOÇÃO

4 **Olheiros**
Na promoção Playboy-Gradiente, sua criatividade pode valer um superequipamento de som

30 **O Homem no Espelho**
Uma nova seção de Playboy, com dicas para você entrar em forma e cuidar ainda melhor do seu visual

MODA

76 **Elegância no Estilo das Griffes**

Já se fazem roupas como antigamente, com cortes clássicos e tecidos nobres

3 **Entre Nós**

8 **Caro Playboy**

12 **Assessoria**

Capa: Isadora Ribeiro, fotografada por Luis Crispino
Agradecimentos: Ayrton Pilotto, (cabelo e maquiagem); Hans Donner (criação). Outra foto: Cláudia Raia, fotografada por J.R. Duran.
Agradecimentos: Gilles-Doce Beauté (maquiagem); Caetano (cabelos).

Créditos fotos da pág. 3: Norma Santos; Paulo Ruy Barbosa; Luiz Carlos Kfouri; Flavio Rodrigues; Marcia May; Sergio Saraiva; Fernando Seixas; Paulo Prado.

DO FANTÁSTICO PARA VOCÊ:

ISADORA RIBEIRO

A GAROTA PLAYBOY 88

A curitibana que brilha na abertura do Fantástico *conquistou também o nosso júri. Uma gatinha que nasceu para ser campeã*

Com Jô Soares em Viva o Gordo; *na capa da revista grega; e num anúncio da C&A: Isadora é o show da vida*

De algum tempo para cá, os espectadores do *Fantástico*, da Rede Globo, têm um motivo a mais para pegar o programa bem no comecinho. É que, logo na abertura, uma deslumbrante deusa grega, tipo Afrodite, parece renascer em clip naquele cenário de mares e montanhas. A deusa grega é Isadora Ribeiro, uma paranaense de Curitiba que deixaria o próprio deus Eros de cabelos — ou outras coisas — em pé.

FOTOS / LUÍS CRISPINO

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO / DULCE PICKERSGILL

PRODUÇÃO / KIKI ROMERO

Agradecimentos: Ayrton Pilloto (cabelo e maquiagem); Hotel Jahuca, (082) 231 2555 (hospedagem); Vaso (passagens); British Home Antiques (escrivaninha); Henri Matarasso Decorações,(011) 210 5055 (sofá de couro); Acessórios Modernos, Chica Boom, Rose Benedetti, Landinho (bijoux); Casa Moysés (lençóis); Jogê Meias (lingerie).

Isadora adora tudo que é picante. Seu prato favorito é um quentíssimo *steak au poivre*. E há uma maneira infalível de apimentar o seu coração: presenteá-la com vidros de Tabasco, o insuperável molho de pimenta americano. Como os grandes perfumes, as melhores pimentas vêm em pequenos frascos. Isadora tem 1,69 m de altura.

Ela nasceu para viver ao ar livre. É por isso que, no Rio, está sempre à beira-mar: no posto 9, no Pepino ou fazendo natação no Flamengo. Em São Paulo, onde mora, pode ser encontrada fazendo *jogging* no parque do Ibirapuera se é que você tem fôlego suficiente para alcançá-la. Se não tem, o melhor é começar a treinar já.

AdultMagazinesPDF.com

FREE DOWNOAD VINTAGE ADULT MAGAZINES PDF

Mayfair, Men Only, Fiesta, Escort, Knave, Penthouse, Playboy, Hustler, Color Climax, Silwa, Razzle, Adam Film World, Gent, Juggs, High Society, Oui, Private, Playmen and more ...!

https://adultmagazinespdf.com/

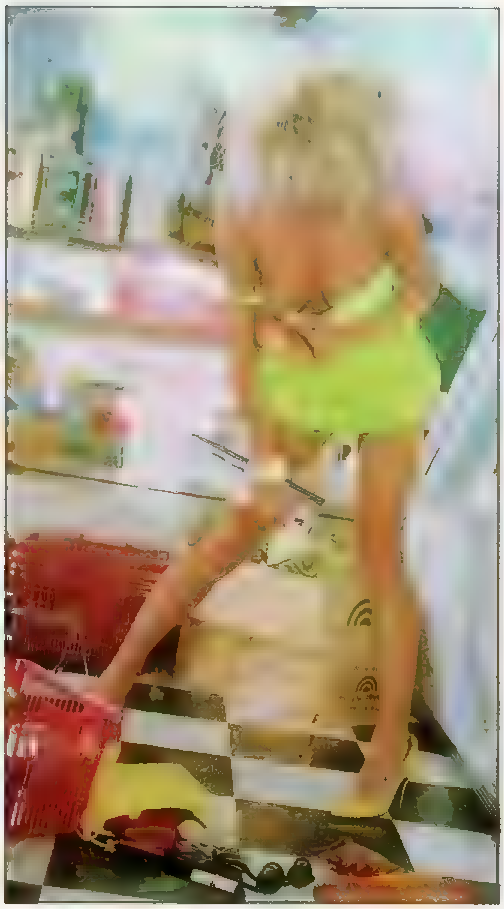
"Encontrar a garota da nova abertura do *Fantástico* não foi fácil", diz Hans Donner, diretor de criação da Rede Globo. "Centenas de candidatas foram examinadas mas Isadora parecia imbatível. Ela tinha tudo o que queríamos: sensualidade, uma imagem forte e traços de diferentes etnias que a faziam parecer a primeira mulher que apareceu na Terra" (Veja o *Close* na pág. 127).

Isadora considera-se imprevisível: "Em termos de abordagem, às vezes basta um olá acompanhado de um enorme sorriso. Em outras, nem que o sujeito declame os poemas completos de Castro Alves". Mas não errará nada quem lhe puxar conversa sobre seu livro favorito: *As Brumas de Avalon*.

Isadora considera-se imprevisível: "Em termos de abordagem, às vezes basta um oi acompanhado de um enorme sorriso. Em outras, nem que o sujeito declame os poemas completos de Castro Alves". Mas não errará nada quem lhe puxar conversa sobre seu livro favorito: *As Brumas de Avalon*

MINISSAIA

QUANTO MAIS QUENTE, MENOR



Vinte anos depois, a minissaia volta a botar, não as manguinhas, mas as coxas de fora. Olho no lance!

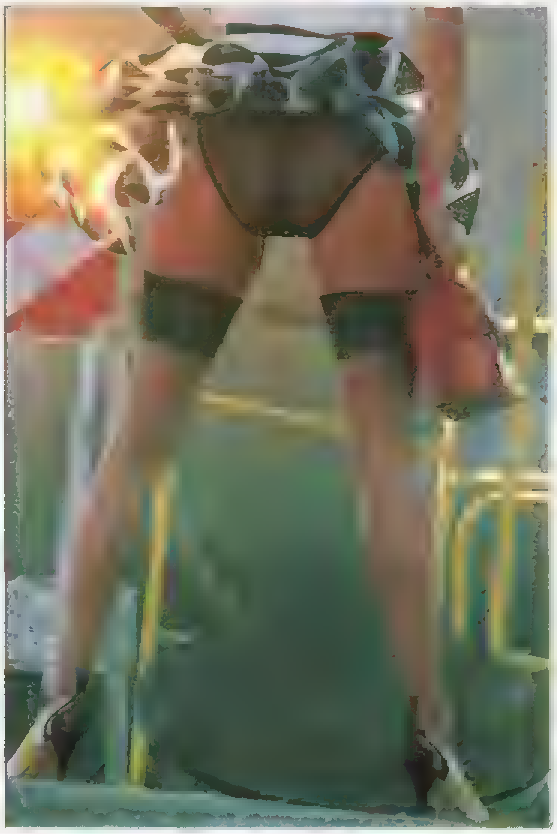
Comportamento RUY CASTRO

Rapazes, não durmam no ponto. A partir de agora, cada par de pernas saindo de um carro, subindo uma escada ou apenas cruzadas numa sala de espera pode desvendar um paraíso. A minissaia está de volta e, melhor ainda, em sua versão 88: a microssaia, cobrindo (ou descobrindo) pernas de volúpia, adornadas por meias pretas e botas de cano longo ou tentadores sapatos altos. A minissaia ressurgiu para responder àquela velha pergunta: "Pernas, para que te quero?" Ora, nós *sempre* soubemos a resposta...

Exatamente 20 anos depois de sua entrada no mercado, lançada pela estilista inglesa Mary Quant (cujas pernocas não eram de se jogar fora), e anos depois de retirada do próprio por costureiros que parecem carregar bandejas invisíveis, ela ressurge para a alegria de todos os *voyeurs*.

FOTOS / BRUCE JAY FRIEDMAN

A Míni, Com Ou Sem Calcinha?



Com ou sem calcinha por baixo? — esta parece ser a única dúvida a respeito da minissaia, gloriosamente de volta à vida real. A gata carioca Adriana Salituro prefere sem. Miau! "Mas, à noite, só com meia e sapato", adverte Adriana, que causou furor em novembro ao comparecer ao FestRio com o que ela própria classifica de uma "micromicrossaia" Resultado: ninguém prestou a menor atenção ao filme.

Carmita Medeiros, a *diréctrice* do Caligola, a grande boate do Rio, prefere com. Mas não faz qualquer restrição ao uso da míni em nenhuma oportunidade: "Uso mínis para ir à televisão (é jurada do programa do Chacrinha), festas, recepções e até à faculdade. Elas alongam as minhas pernas e fazem com que todos os homens me olhem. Acho ótimo" A minissaia favorita de Carmita foi a que ela usou num comercial do Rio Design Center — e que foi roubada. O seqüestrador da minissaia de Carmita — provavelmente sem saber — tem em mãos um tesouro que poderia valer um resgate de milhões.

Há quem faça segredo se usa minissaias com ou sem calcinha. Uma delas é a megaestrela de PLAYBOY, Magda Cotrofe: "Sempre usei minissaias, mas só depois dos 15 anos é que comecei a reparar nos efeitos que elas provocam nos homens (antes eu só brincava de bonecas...). As mínis têm de ser bem curtinhas, mas não o suficiente para deixar à vista qualquer coisa. Se eu uso calcinha ou não, é o que *você* terá de descobrir..."

Luma de Oliveira prefere as minissaias branquinhas e plissadas, com um shortinho bem cavado por baixo. "Eram iguais às que eu usava nas aulas de ginástica, para botar os meninos doidos. As outras garotas tiravam as minissaias e ficavam só de short. Eu ganhava de todas", diz rindo.

A estonteante Cláudia Raia

Centímetro por centímetro, a sedução aumenta à medida que as mínis encolhem. Há mulheres que preferem usá-las com calcinha, outras sem calcinha, e há as que preferem fazer mistério. Nós, homens, preferimos todas... Para quem sabe das coisas, é tão importante o que as minissaias cobrem quanto o que elas descobrem.

MUITO MAIS QUE UMA MINIPROVOCAÇÃO

Tanto quanto nós, as mulheres sabem o efeito que nos provocam um simples par de pernas — imaginem o resto. E elas parecem dispostas a tudo. Com suas poderosas minis, resistem — ou não — ao ataque de rapazes afoitos. E, quando saem na chuva, é para se molhar. Porque, molhadinhas, ficam ainda mais irresistíveis.

ainda usa um precioso aditivo às suas microssaias: um par de meias soquete, geralmente brancas. "Prefiro usar com meias, porque os homens ficam mais curiosos. Eles gostam de tudo que está oculto. Além disso, acho muito mais charmoso — e fazer charme é comigo mesmo. Quando eu cruzo as pernas em qualquer lugar, é um alvoroço." E, em se tratando de Cláudia Raia, poderia ser diferente?

Há quem acredite numa etiqueta da minissaia: ela só deveria ser usada em lugares e ocasiões especiais. A jornalista Márcia Meirelles, uma ipanemíssima morena de 24 anos, prefere usá-la no verão: "Me dá um ar de menina levada. Noto que os caras adoram, porque é uma roupa sensual. Mas uso mesmo por causa do calor, para me sentir bem fresquinha quando saio para tomar um sorvete ou passear no calçadão. Claro que posso também sair de minissaia à noite — dependendo da ocasião..."

A estilista Mônica Domingues Braga, uma morena de 25 anos que traz no peito (sem trocadilho) o emblema de afilhada de Leila Diniz, desfecha olhares de apreciação para o jeito com que os homens a vêem de minissaia. "Há um prazer especial nisso", admite Mônica. "Mas também não gostaria de ser o centro das atenções num lugar cafona. Por isso, só uso a míni em ocasiões certas, quando sei que ela será apenas um tempero, e não o prato principal da noite. O importante da míni é escolher a pessoa que saiba apreciá-la."

Agora é com você. Neste verão as saias deixam à mostra pelo menos um palmo acima dos joelhos. Outro dia, um motorista de táxi paulistano, ao ver um batalhão de lindas mulheres de minissaia que saía de uma sorveteria, perguntou: "Mas o que querem essas mulheres? Pôr a saia na cabeça?" A resposta foi: "Na delas, não. Na nossa, sim".

O Clube das 150 GAROTAS de Playboy

De Madonna a Magda Cotrofe, de Patti McGuire a Sônia Braga, Luíza Brunet, Monique Evans, Sônia Lima, as gatas que brilharam nos 150 meses da revista mais gostosa do Brasil

Lívia Mund foi a primeira. Há mais de doze anos atrás, posar nua para os fotógrafos de PLAYBOY era um ato de ousadia. Hoje, é sobretudo uma prova de talento, beleza e bom gosto. No rastro de Lívia, vieram as mais fantásticas garotas brasileiras e estrangeiras — todas reunidas no superposter ao lado, um presente de PLAYBOY para você reviver e curtir velhas e novas emoções.

O MAPA DA MINA, PARA IDENTIFICAR TODAS AS GATAS

A 2 - *Lívia Mund - 8/75*
A 3 - *Claire Rambeau - 9/75*
A 4 - *Lourênia - 10/75*
A 5 - *Neide 11/75*
A 6 - *Leila 12/75*
A 7/8 - *Susie Saver - 1/76*
A½ 7/8 - *Regina - 2/76*
A 9 - *Victoria Cunningham 3/76*
A 10 - *Lilian - 4/76*
A 11 - *Paula - 5/76*
A 12 *Denise - 6/76*
A 13/14 - *Haruni 7/76*
A½ 13/14 - *Bianca - 8/76*
A 15 *Malu 9/76*
A 16 *Darcy Alexa 10/76*
A 17 - *Karla 12/76*
A 18 - *Maria do Rocio 1/77*
A 19 *Laura Lyons - 2/77*
B 1 - *Lucinna Robalino 3/77*
B 2 - *Barbara 5/77*
B 3/4 - *Rose Lene - 6/77*
B½ 3/4 - *Cida Ventura - 8/77*
B 5 - *Inge Sorensen 7/77*
B 6 - *Patti McGuire - 6/77*
B 7 - *Lisa Sohm - 8/77*
B 8 - *Sandra Theodore - 9/77*
B 9 - *Susan 11/77*
B 10 - *Denise Michele - 10/77*
B 11 - *Debra Jo Fondren - 12/77*
B 12 - *Debora Bonkman 1/78*
B 13/14 - *Ashley Cox - 2/78*
B½ 13/14 - *Debra Jensen - 4/78*
B 15 - *Janis Smith - 3/78*
B 16 - *Ester Cordet 5/78*
B 17 - *Cynthia - 5/78*
B 18 - *Kathryn Morrison 7/78*
B 19 - *Pamela Jean Bryant - 9/78*
C 1/2 - *Lenilda Leonard - 8/78*
C½ 1/2 - *Gail Stanton 12/78*
C 3 - *Vicki Witt - 10/78*
C 4 - *Karen Morton - 11/78*
C 5 - *Candy Loving - 1/79*
C 6 - *Marcy Hanson - 2/79*
C 7 - *Denise McConnell - 3/79*
C 8/9 *Marisa Andreas - 4/79*
C½ 8/9 - *Monique St. Pierre - 5/79*
C 10/11 - *Missy Cleveland - 6/79*
C½ 10/11 - *Dorothy Mays - 9/79*
C 12 - *Luana Fernald - 7/79*
C 13 - *Lee Ann Michelle - 8/79*
C 14 - *Fernanda Albuquerque 10/79*
C 15 - *Sylvie Garant - 11/79*
C 16 - *Dorothy Straten - 12/79*
C 17/18 - *Enny Grahk - 1/80*
C½ 17/18 - *Henriette Allais - 5/80*
C 19 - *Ursula Buchfelner - 2/80*
D 1 - *Candy Colins - 3/80*
D 2 - *Gigi Gangel - 4/80*
D 3 - *Liz Glazowski 6/80*
D 4 - *Martha Thomsen - 7/80*
D 5 - *Débora Franco - 8/80*
D 6 - *Sônia Moura - 9/80*
D 7 - *Teri Peterson - 10/80*
D 8 - *Lisa Welch - 11/80*
D 9/10 - *Jeana Tomasino - 12/80*
D½ 9/10 - *Gina Goldberg - 5/81*
D 11 *Terri Welles - 1/81*
D 12 - *Vicki Lasseter - 2/81*
D 13 - *Kymberly Herrin - 3/81*
D 14 - *Lorraine Michaels - 4/81*
D 15 - *Cathy Larmouth - 6/81*
D 16 - *Heidi Sorenson 7/81*
D 17 - *Silvia Kaiser - 8/81*
D 18 - *Noele Vesser - 9/81*
D 19 - *Cristina Keller - 10/81*
A 21 - *Oneida - 10/81*
A 22 - *Susan Smith - 11/81*
A 23 - *Shannon Tweed - 1/82*
A 24 - *Debbie Boostrom - 2/82*
A 25 - *Karen Witter - 3/82*
A 26 *Kelly Tough 4/82*
A 27 - *Kym Malin - 5/82*
A 28 - *Gemma Vila - 6/82*
A 29/30 - *Kimberly Mcarthur - 7/82*
A½ 29/30 - *Cláudia Rey - 11/82*
A 31 - *Rose Moura - 8/82*
A 32 - *Cathy St. George - 9/82*
A 33 *Lourdes Estores 10/82*
A 34 - *Barbara Riemer - 12/82*
A 35 - *Marianne Gravatte - 1/83*
A 36 *Nice Merrelles - 2/83*
A 37/38 - *Yasmin-Mehr Ame - 3/83*
A½ 37/38 - *Tracy Vaccaro - 2/84*
B 20 - *Corinna Bechh - 4/83*
B 21 - *Susie Scott - 5/83*
B 22 - *Melinda Mays - 6/83*
B 23 - *Cristina Ferguson 7/83*
B 24 *Ruth Guerri - 8/83*
B 25 - *Connie Brighton 9/83*
B 26 - *Carina Persson 10/83*
B 27 - *Dixie Rey - 11/83*
B 28 *Veronica Gamba 12/83*
B 29 - *Penny Baker - 1/84*
B 30 - *Dona Speir - 3/84*
B 31 - *Ola Ray - 4/84*
B 32 - *Lisa Ann Pedriana 5/84*
B 33 *Barbara Edwards - 6/84*
B 34 - *Suzi Schott - 7/84*
B 35 - *Sônia Braga - 9/84*
B 36 *Kimberly Evenson -9/84*
B 37 - *Iolanda Egger - 10/84*
B 38 - *Deborah Johnson - 11/84*
C 20/21 *Terry Nihen - 12/84*
C½ 20/21 *Donna Smith 3/85*
C 22 - *Tricia Lange - 1/85*
C 23 - *Karen Velez - 2/85*
C 24 *Márcia Porto - 4/85*
C 25 - *Helene Casanellas 6/85*
C 26 - *Monique Evans - 7/85*
C 27 *Cláudia Ohana 8/85*
C 28 *Vera Lúcia - 4/85*
C 29 - *Cláudia Mara 9/85*
C 30 *Vera Zimmerman 9/85*
C 31 *Márcia Darnelles - 11/85*
C 32 33 - *Madonna 12/85*
C½ 32/33 - *Carol Heatley - 3/86*
C 34 - *Patrícia Paixão - 1/86*
C 35 - *Kathy Shower - 2/86*
C 36 *Débora Soares 4/86*
C 37/38 *Luíza Brunet 5/86*
C½ 37 38 - *Rebecca Ferratti 7/86*
D 20 - *Christine Richters - 6/86*
D 21 *Teri Weigel - 8/86*
D 22 - *Ava Fabian 9/86*
D 23/24 - *Luciane Quadros 10/86*
D½ 23/24 - *Cristina Kraemer - 2/87*
D 25 - *Ana Emerick - 11/86*
D 26 - *Magda Cotrofe - 12/86*
D 27 - *Reiko Sugano - 1/87*
D 28 - *Andrea Hetmanek - 1/87*
D 29 - *Sônia Lima - 4/87*
D 30 *Julie Peterson - 5/87*
D 31 *Tânia Corrêa 6/87*
D 32 - *Julie McCullough 7/87*
D 33 *Carmen Berg - 8/87*
D 34 - *Ann Clark - 9/87*
D 35 - *Sachiko - 10/87*
D 36 - *Josi Campos - 11/87*
D 37 - *Laurie Carr - 12/87*
D 38 - *Luciana Vendramini 12/87*

1
2
3
4
5
6
7
A
A1
B
B1
C
C1
D
D1
PLAYBOY
ESPECIAL
150

7
8
9
10
11
12
13

13
14
15
16
17
18
19

20
21
22
23
24
25
26
PLAYBOY
ESPECIAL
150

26
27
28
29
30
31
32

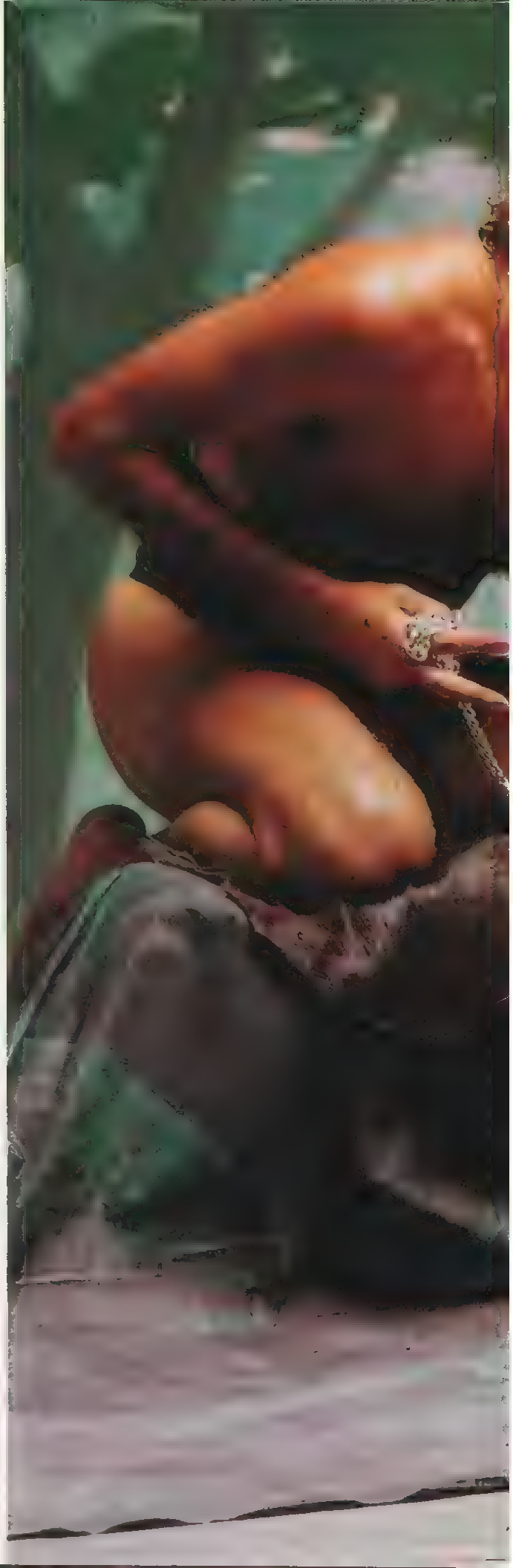
32
33
34
35
36
37
38

AS FANTASIAS ERÓTICAS DE

CLÁUDIA RAIA

De ninfa a deusa, ela exibe aqui desejos só conhecidos até agora pelo ator Alexandre Frota, que descreve as cenas deste ensaio ousado e, ao mesmo tempo, mágico

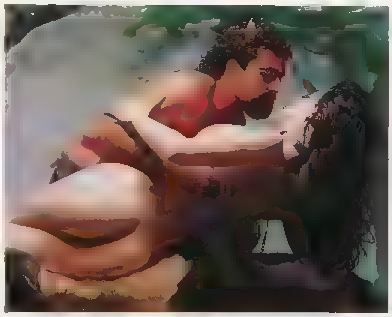
"FALAR SOBRE CLÁUDIA é sempre gostoso, é uma coisa que faço com amor e prazer Cláudia-mulher, Cláudia-atriz, Cláudia-fantasia. Uma ninfa acorrentada à mercê do Sátiro apaixonado, em busca de loucos delírios no culto ao malicioso Eros."



FOTOS / J.R. DURAN

COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO · DULCE PICKERSGILL
PRODUÇÃO KIKI ROMERO

AS FANTASIAS ERÓTICAS DE



CLÁUDIA RAIA

De ninfa a deusa, ela exibe aqui desejos só conhecidos até agora pelo ator Alexandre Frota, que descreve as cenas deste ensaio ousado e, ao mesmo tempo, mágico

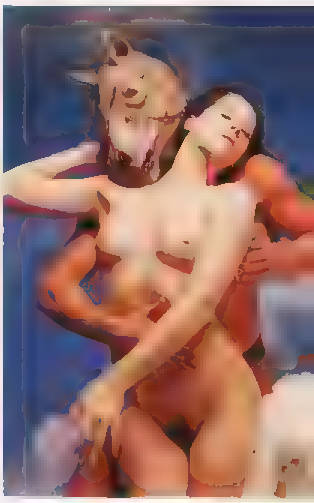
"FALAR SOBRE CLÁUDIA é sempre gostoso, é uma coisa que faço com amor e prazer. Cláudia-mulher, Cláudia-atriz, Cláudia-fantasia. Uma ninfa acorrentada à mercê do Sátiro apaixonado, em busca de loucos delírios no culto ao malicioso Eros.

FOTOS / J.R. DURAN
COORDENAÇÃO DE PRODUÇÃO: DULCE PICKERSGILL
PRODUÇÃO: KIKI ROMERO

Agradecimentos: Gilles-Doce Beaute (maquiagem), Caetano (cabelos), Luis Baleiron (cenografia), José O. Toro-Moreno V. (máscara do cavalo); Belts & Belts (acessórios e roupa de couro); Spinelli (botas)

É QUASE NOITE. Já não existem países, governos ou fronteiras. Você pode estar no antigo Village, em Nova York, ou na China. Quem sabe? A replicante mostra a revolução do amor no ano 2300 (ou será 2400?). Tribos de andróides viciados em sexo reúnem-se no Mad Max Pub, percorrem as cidades semi-destruídas. O tesão é o alimento mais procurado. De repente, no meio da rua, a mulher aguarda, solitária, perigosa, sedutora, cínica. Ela exerce um implacável domínio sobre aqueles que desafiam a força de sua beleza hipnótica. Todos sabem: nela, o perigo está sempre latente, mas o prazer presente em cada curva de seu corpo é mais forte. Vamos logo, renda-se a seus gestos, a seus olhares de sedução. É um contrato de risco: pode ser perigoso, até mortal, mas será sempre gostoso.

O MUNDO FOI CRIADO com traição, amor e o gozo do homem e da mulher. O encontro da bela e da fera, porém, é inexplicável. Sabemos apenas que durante anos, todos os dias, todas as tardes, todas as horas, ela era possuída por um ser híbrido, rude, mas que sabia como ninguém acariciar sua pele macia, acetinada e molhada de suor e desejo. Durante anos, a respiração ofegante. Durante anos, os corpos quentes. Depois, tudo terminou. Os deuses não deixaram pistas...



O MUNDO FOI CRIADO com traição, amor e o gozo do homem e da mulher. O encontro da bela e da fera, porém, é inexplicável. Sabemos apenas que durante anos, todos os dias, todas as tardes, todas as horas, ela era possuída por um ser híbrido, rude, mas que sabia como ninguém acariciar sua pele macia, acetinada e molhada de suor e desejo. Durante anos, a respiração ofegante. Durante anos, os corpos quentes. Depois, tudo terminou. Os deuses não deixaram pistas.

MILHARES DE ANOS ATRÁS. As florestas ainda são virgens, têm o cheiro do prazer O vento sopra lento, uma brisa quente e sedutora. Submissa, ela entrega seu corpo que, acorrentado, é penetrado, saboreado. Um momento mágico: o amor carnal entre Sátiro e a mais bela das vidas do Universo. Uma deusa. A mulher.

Alexandre Frota

MILHARES DE ANOS ATRÁS. As florestas ainda são virgens, têm o cheiro do prazer. O vento sopra lento, uma brisa quente e sedutora. Submissa, ela entrega seu corpo que, acorrentado e penetrado, saboreado. Um momento mágico, o amor carnal entre Sátiro e a mais bela das vidas do Universo. Uma deusa. A mulher.

Alexandre Frota

ENTRE NÓS

Ha 150 meses, em agosto de 75, Victor Civita assinava esta página, apresentando "uma nova revista, para um país novo (...) e para um homem exigente que se transforma dia-a-dia". Para cumprir essa promessa, PLAYBOY não perdeu de vista, em nenhuma edição sequer, essas transformações, do país, do homem e da mulher brasileira.

Em diversos momentos políticos desse período — como, por exemplo, publicando a primeira entrevista de Miguel Arraes no exílio ou do então ministro da Marinha, almirante Maximiano da Fonseca, confirmando um complô para impedir a chegada de Tancredo à Presidência — PLAYBOY deu a seu leitor inúmeros documentos do processo de modernização do país nesses 150 meses. E, ao mesmo tempo, enfrentou o obscurantismo da censura, que pretendia nos esconder não só o país real como até a natureza do corpo humano, teimando em proibir a visão de que a mulher tivesse dois seios em lugar de um só, como a estética autoritária então admitia existir. O próprio nome da revista era uma palavra maldita no regime da época, a ponto de havermos precisado começar a nossa relação de amizade com o leitor brasileiro com outro título.

A ousadia e permanente sintonia de PLAYBOY com os ventos da modernidade criaram, porém, um novo espaço para a liberdade de expressão no país, ocupado por uma galeria imbatível de escritores, artistas, cientistas, governadores, ministros e políticos de diversas linhas de pensamento, todos tendo em comum a qualidade de serem um vencedor, ou vencedora, em seu campo de atividade. Ganhou a sociedade, ganhou o leitor de PLAYBOY, que passou a dispor de uma informação diferenciada, com revelações de bastidores e uma qualidade jornalística reconhecida por alguns dos principais prêmios da imprensa brasileira.

Ganhamos todos nós também com a identificação de PLAYBOY com os desejos e necessidades de seus leitores. Das mulheres mais bonitas do Brasil a um jornalismo de vanguarda também na área de prestação de serviço, PLAYBOY se orgulha de ter se tornado a revista mais gostosa do Brasil. Sempre somando um visual de bom gosto com o prazer da leitura, PLAYBOY se tornou o maior veículo de moda masculina no Brasil, como também o mais sofisticado e inovador guia de bebida, gastronomia, viagem e estilo de vida.

Para comemorar com você esses 150 meses de sintonia com a alegria de viver, preparamos uma edição especial dupla, onde acrescentamos uma revista extra com os resultados de nossos testes, rankings e roteiros especiais, para você guardar e consultar na hora de escolher o que lhe der prazer.

E mais: criamos um novo serviço para esse homem que realmente não pára de se modernizar. É a seção "O Homem no Espelho", editada pelo jornalista **Alberto Pecegueiro**, um rapaz de bem com a vida, por isso mesmo ligado em esportes, cuidados com o corpo e tudo que contribua para nos deixar com o visual em forma.

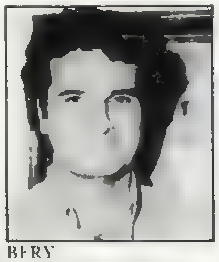
Talentos muito especiais, aliás, enriquecem o elenco de colaboradores desta edição: como, por exemplo, a deputada **Rita Camata**, num perfil escrito por **Norma Couri**; ou o maestro **Diogo Pacheco**, orquestrando desta vez a nossa Cozinha; ou o presidente do Bamerindus, **José Eduardo de Andrade Vieira**, sendo entrevistado pelo editor especial **Luiz Antonio Maciel**, e, ainda, o escritor **Fernando Sabino**, nos presenteando com um conto erótico passado em Búzios.

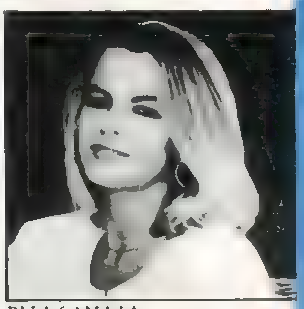
Há outros craques, é claro, que você já viu brilhar em nossas páginas, como as equipes de fotografia que a editora **Dulce Pickersgill** reuniu para o nosso show de beleza com **Claudia Raia** e a participação do cenógrafo **Luis Baleiron**. Ou como o artista **Albery** que ilustrou a reportagem sobre Rita Camata. Mas há um deles, o editor executivo **Emílio Camanzi**, que está se despedindo da Abril, para ir comandar seu próprio negócio. Mas a competência com que Emílio marcou sua passagem pelas revistas *Quatro Rodas*, *Moto*, *Placar* e na nossa felizmente continuará à sua disposição: a partir deste mês, Emílio assume a missão de ser o olho do leitor de PLAYBOY no mundo do automobilismo, das motos e dos barcos. Sua estréia, com impressões ao volante do Nick, já é um bom sinal — e uma satisfação pessoal para todos que, como eu, ficamos amigos de Emílio desde que ele veio trabalhar na Abril há 18 anos. Afinal, você sabe, ter amigos com que se pode contar é um dos segredos que fizeram de PLAYBOY a maior revista para o homem brasileiro. Divirta-se e até fevereiro, quando vem aí uma edição com a ambição de começar os próximos 150 meses com mais surpresas e alegrias para seu prazer.

Mário Escobar de Andrade

Nas capas, a história de 150 edições: o n.º 1; a estréia como PLAYBOY em julho de 78, e a edição de Maitê, recorde nacional de circulação com quase 800 mil exemplares

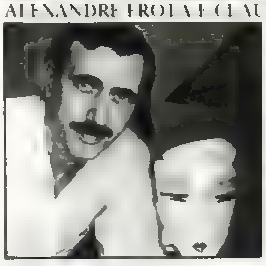
NORMA COURI


ALBERY


RITA CAMATA

ALEXANDRE FROTA E CLAUDIA RAIA

DULCE PICKERSGILL


LUIS BALEIRON

ANDRADE VIEIRA E LUIZ ANTONIO MACIEL

FERNANDO SABINO

EMILIO CAMANZI

DIOGO PACHECO

ALBERTO PECEGUEIRO

Conheça uma das peças mais importantes do seu Fiat Elba 88.

A Elba tem a concepção mais inteligente, a mecânica mais avançada e mais espaço interno do que qualquer outro carro. E nós da Fiat, quando olhamos para a pureza de suas linhas e o seu requintado acabamento, sentimos uma grande satisfação pelo nosso trabalho.
Nós construímos este carro. Desde o design até a escolha do novo tecido para revestimento interior.
Cada detalhe tem um pouco da nossa dedicação, do nosso carinho, do nosso conhecimento. E sabemos que você gosta disso.
Daí nosso grande orgulho.
Do tamanho do Fiat Elba.

88

FIAT

SIGA ESTA MARCA.

Fiat. Tecnologia e carinho que ninguém tem.

CARO PLAYBOY

ESCREVA PARA "CARO PLAYBOY" CAIXA POSTAL 2372, CEP 02909, SÃO PAULO, SP.

FUTEBOL

Revisitando minha coleção de PLAYBOY, li na edição de outubro de 1979 que Márcio Braga, presidente do Flamengo, tinha na época a intenção de realizar um campeonato com os melhores times do Brasil. Agora, vemos isso realizado com a Copa União. É isso aí: PLAYBOY chega sempre na frente. **Marcello B. da Costa,** Natal, RN.

NÓS E O GOVERNADOR

Quero congratular PLAYBOY pela magnífica entrevista com o governador de Alagoas, Fernando Collor de Mello. **Messias G. Pontes,** Colinas de Goiás, GO.

Gostaria de parabenizar PLAYBOY pela excelente entrevista com o governador Fernando Collor. PLAYBOY conseguiu traçar um excelente perfil, que mostrou um governador enérgico e de fibra, como deveriam ser todos os políticos do Brasil. **Tedd W. Sant'Anna,** Resplendor, MG.

PLAYBOY deveria insistir em entrevistas no nível da que publicou com o governador de Alagoas, Fernando Collor. Muito boa, por sinal. **Dr. Paulo Hipólito P. Donato,** Caruaru, PE.

UMA EDIÇÃO COMPLETA

Parabéns a PLAYBOY pela edição de outubro, que veio completa, desde política, esporte, mulheres a dicas maravilhosas. Excelente a entrevista com o governador Fernando Collor de Mello e o perfil com o lutador Maguila. **Gilmar C. Oliveira,** Fátima do Sul, MS.

O STRIP DE MAGDA

PLAYBOY está cada vez mais emocionante, sempre há uma surpresa nova. O strip-tease da noite de núpcias de Magda Cotrofe foi deslumbrante. **Ademir Pereira,** Foz do Iguaçu, PR.

CONVERSE COM AS COELHINHAS

"Você já transou num primeiro encontro com um namorado?" É a pergunta maliciosa, que o leitor Célio Ribeiro, de São Paulo, SP, faz à coelhinha Adriana Salituro.

Dario Zalis

"Aconteceu uma vez e não teve a graça que eu esperava. O rapaz acabou até não se tornando meu namorado. Acho legal fazer um charme, brincar de namorar, criar um clima mais íntimo para que as carícias sejam mais ousadas. O ideal, primeiro, é rolar o relacionamento para que a transa fique mais quente"

ADRIANA SALITURO

Se você quer fazer alguma pergunta à sua coelhinha favorita, escreva para a seção "Converse com as Coelhinhas" (endereço no alto da página).

Editora Abril

Editor e Diretor: VICTOR CIVITA

Diretores: Roberto Civita, Angelo Rossi, Edgard de Silvio Faria, Ike Zarmati, José Augusto P. Moreira, Plácido Longgio, Raymond Cohen, Roger Karman, Thomaz Souto Corrêa

PLAYBOY

Hugh M. Hefner
Editor and Publisher
U.S. Edition

Diretor de Grupo: Mário Escobar de Andrade

REDAÇÃO

Diretor-Adjunto: Carlos Costa (Especiais)
Redator-Chefe Marcelo Vaz dos Santos
Diretor de Arte: Carlos Grassetti
Editores Especiais: Dulce Helena Pickersgill (Fotografia), Fernando de Barros (Moda), Geraldo Galvão Ferraz, Luiz Antônio Maciel
Editor Executivo: Emílio Camanzi
Repórter Especial Norma Couri
Editora: Cynthia de Almeida
Editora Assistente: Suzana Junqueira
Coordenação: Enrique Garcia Moreno (Produção)
Produtores Fotográficos: Maria Cristina Romero, Roggério Cecassi
Editor de Arte Lúcio Seiji Segawa, **Chefe de Arte:** Mauro Massayuki Kawamura, **Diagramadores:** André Nascimento Gomes, Simone Spitzcovsky
Atendimento ao Leitor: Ricardo Castilho
Sucursal Rio Editores Assistentes: Alexandra Reposo, Jackson Consolin Bezzerra; **Fotógrafo.** Fernando Seixas
Colaboradores: Anna Maria Tomaghi, Ethevaldo Siqueira (editor contribuinte de eletrônica); J. R. Duran (editor contribuinte de fotografia), José Hugo Celidônio (editor contribuinte de bebida, comida e turismo), José Victor Oliva, Luis Fernando Verissimo, Nirlando Beirão, Ziraldo
Redação EUA (Chicago)
Diretor Editorial Arthur Kretchmer **Diretor de Arte:** Tom Staebler; **Editor Fotográfico:** Gary Cole, **Diretor de Publicações Internacionais.** Hershel Sheh, **Tráfego:** Judie Feldman, **Direitos Autorais:** Marian Bussie, Jean Connell
Serviços Editoriais
Abril Press - Gerente: Judith Baroni **Escritórios - Milão:** Rita de Luca, **Nova York:** Odilio Licetti; **Paris:** Pedro de Souza
Departamento de Documentação - Gerente: Auta Rojas Barreto
Serviços Fotográficos - Gerente: Pedro Martinelli

PUBLICIDADE

Diretor: Bernardo Leschziner
Gerente de Publicidade (São Paulo): Meyer Alberto Cohen

São Paulo - Representantes: Ana Maria Araújo, Paulo A.F. Pereira, Nilo Galdeano Bastos, Paulo D'Andréa Pedro Bonaldi, Antonio Carlos Camargo, Ricardo O. dos Santos
Coordenadora. Sadako Sigematu
Rio - Gerente: Aldano Alves, **Representantes:** Aluizio Jefferson, A.M. Wagner F.º, Celso Lage, Leda Marina da Costa, **Belo Horizonte:** Valter Cruz Gonçalves; **Brasília:** Gilberto Amaral de Sá, **Campinas** Sergio Grimaldi (Supervisor), **Curitiba:** Angelo A.Costi; **Florianópolis:** Geraldo Nilson de Azevedo, **Fortaleza** Ana Maria de Oliveira, **Porto Alegre:** Elcenho Engel, **Recife:** Edmilson R. Oliveira; **Ribeirão Preto.** Intermídia; **Salvador:** Elisabeth Silveira

Diretor de Marketing Publichtário. Julio Cosi Jr.
Diretor do Escritório Rio Sebastião Martins
Diretor do Escritório Brasília: Luiz Edgar P. Tostes
Diretor de Atendimento ao Governo e Escritórios Regionais: Dreyfus Soares

CIRCULAÇÃO

Gerente: Carlos Herculano Ávila

ASSINATURAS

Diretor: José Antonio Soler

Diretor de Atendimento: Eduardo Frezza
Diretor de Vendas: Uri Hollaender
Diretor de Marketing. Aser Moraes
Diretor de Criação: João Ventura Fornos Neto

Diretor Responsável: Osvaldo Franco Domingues Jr

Diretor Gerente: Angelo Rossi
Diretor Editorial Adjunto Alberto Dines
Diretora de Propaganda: Elizabeth Klock Gajardoni

São Paulo - Redação, Publicidade e Correspondência: r. Geraldo Flausino Gomes, 61 Brooklin, CEP 04575, tel (011) 545-8336, Telex (011) 23227 23322 e 24134, Caixa Postal 2372, Telegramas Editabril/Abrilpress. **Administração** r. Jaguaretê 213 CEP 02515, tel (011) 858-4511 **Escritórios - Belo Horizonte:** r. Marília de Dirceu, 226 6.º e 7.º andares, Bairro Lourdes, CEP 30170, tel. (031) 275-2388, Telex (031) 1085, **Brasília:** SCS - Quadra 1 - Bloco 1, n.º 30, Edifício Central, 10.º, 12.º e 13.º andares, CEP 70304, tel (061) 224-9150, Telex (061) 1464, Telegramas Abrilpress. **Curitiba.** r. Fernandes de Barros, 491, 2.º andar, salas 5 e 6, CEP 80000, tel (041) 262-8833, Telex (041) 5278, **Florianópolis:** r. Osmar Cunha 15 Bloco A 2.º andar sala 214 CEP 88000 tel (0482) 22 7826, Telex (04811) 004 **Fortaleza.** av. Santos Dumont, 3060 salas 418, 420 e 422 CEP 60000 tel (085) 224-0410, Telex (085) 1607 **Porto Alegre.** av. Getulio Vargas, 774 3.º andar salas 301 a 308, CEP 90000 tel (0512) 33-2899 Telex (051) 1092 Telegramas Abrilpress. **Recife.** r. Dantas Barreto, 1186 9.º andar salas 903 e 904 CEP 50000 tel (081) 224-0977 Telex (081) 1184 **Rio de Janeiro:** r. da Passagem 123, B.º ao 11.º andares, CEP 22290 tel (021) 546-8282 Telex (021) 22674 Telegramas Editabril/Abrilpress. **Salvador:** r. Itabuna 304 CEP 40000, tel (071) 247 3999 Telex (071) 1180 **Distribuidor em Portugal:** Distribuidora Jardim de Publicações Ltda Quinta Pau Varas Azinhaga dos Fetais 2685, Camarate Lisboa **Milão:** International Business Centre Corso Europa, 12 Phone 02 54 58331 e 54 56212 20122 Milano Telex 313585 e 332809. **Nova York.** Lincoln Building 60 East 42nd Street, Suite 3403 New York N.Y. 10165, Telex 237670, Phone (212) 557-5990/5993, **Paris:** 33, Rue de Miromesnil 75008 Paris, facsimile 42.66.13.99, Phone: 42.68.31.18, Telex ABRIL PA 660731

Playboy é uma publicação da Editora Abril S.A. Assinatura anual - 12 edições Cz$ 2.280,00 à vista. Ao fazer sua assinatura exija a credencial de vendedor e pague somente com cheque nominal à Editora Abril S.A. A Editora Abril garante aos assinantes desta publicação que a interrupção da entrega dos exemplares contratados, sem que para isto tenha dado motivo o próprio assinante, implicará a restituição da parte do preço total antecipadamente paga correspondente aos exemplares que não forem entregues, segundo critério de correção monetária calculado com base na variação do valor nominal das OTNs verificada no período. Esta revista vai às bancas mensalmente no dia 14. **Números atrasados**, ao preço da última edição em banca, por intermédio de seu jornaleiro ou no distribuidor das revistas Abril da sua cidade. Pedidos pelo Correio DINAP Estrada Velha de Osasco 132 Jardim Teresa 06000 Osasco São Paulo. Temos em estoque somente as seis últimas edições. Todos os direitos reservados. Distribuída com exclusividade no país pela DINAP. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **Playboy** não aceita publicidade redacional, anúncios de mau gosto e os que possam enganar o consumidor ou que tenham caráter obsceno.
© 1977, 1987 Playboy as to material published in the November 1987 and January 1988 English-language issue of Playboy.
© Playboy rabbit head design and playmate are registered marks of Playboy enterprises inc (USA)
© 1987 EDITORA ABRIL

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.

CITIZEN CHRONOGRAPH. A SUA MEDIDA DO TEMPO.

Produzido na Zona Franca de Manaus

Citizen Analog Alarm Chronograph. Para quem leva uma vida esportiva, gosta de emoções fortes e sabe o valor do seu tempo.

CITIZEN
THE SPORTING LIFE

Selo Tridimensional:
Autêntica Qualidade Citizen.

Representante exclusiva no Brasil:
TROPICAL EQUIPAMENTOS FOTO E AUDIO S.A.

CITIZEN

CITIZEN É UMA MARCA REGISTRADA DA CITIZEN WATCH CO. JAPAN

PIERRE CARDIN PARIS
BLEU MARINE DE CARDIN
BLEU
MARINE
DE CARDIN
pour homme
VOCÊ NÃO VÊ, SENTE.

SINGULAR

VEJA QUAL É O CARRO PREFERIDO

A revista 4 Rodas perguntou aos seus leitores qual o carro brasileiro que eles gostariam de comprar. Os corações da maioria dos entrevistados bateram mais alto pelo Monza. Pela sua tecnologia, pelo seu desempenho, pelo seu conforto, pelo seu requinte, pelo seu estilo. Enfim, por tudo aquilo que faz do Monza uma exceção, a expressão máxima do prazer de dirigir. Pelo que ele representa em exclusividade. Monza. Entre os carros preferidos por quem entende de carro, ele é quem faz bater mais alto o coração.

MONZA. UM CARRO SINGULAR.

GM
TECNOLOGIA A SERVIÇO DO HOMEM

Chevrolet
A sua melhor marca

McCANN

Com INSUL-FILM, o calor fica do lado de fora.

Visão interna do automóvel com película aplicada.

LINHA ARQUITETURA - Disponível em várias cores e de efeito muito decorativo. Importada dos EUA, esta película é de fácil aplicação.

Para acabar com o calor em dois tempos e assegurar o absoluto conforto e privacidade, INSUL-FILM cria as soluções mais fáceis e refrescantes.
Impossibilitando a visão dos que estão do lado de fora, protegendo sua discrição e intimidade, além de filtrar os raios solares.
De perfeito acabamento, INSUL-FILM protege também o interior contra os efeitos do sol e o aquecimento intenso.
Adaptável a todos os modelos de automóveis, pick-ups e caminhões, com aplicação em barcos, residências, escritórios, motéis e centros de processamento de dados.
Reserve toda a privacidade para dirigir, mantendo sua perfeita visibilidade, por dentro, com resultados ainda mais visíveis:

- Redução em 60% do brilho solar e calor interno
- Bloqueio de 99% dos raios ultravioleta
- Redução em até 30% do ruído externo

AGORA NO BRASIL, A SENSAÇÃO DOS EUA E EUROPA.
VEJA SEM SER VISTO

INSUL-FILM

SolarPro™
PROFESSIONAL SOLAR CONTROL FILMS

SUN GARD® II

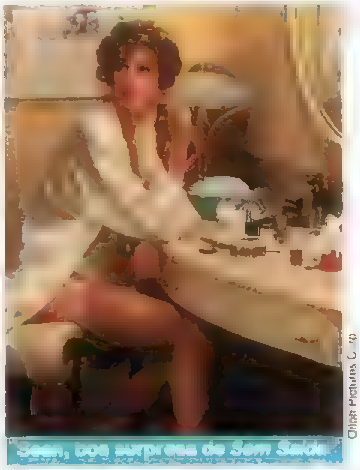
COMERCIAL LIGURE IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA.
R. Mauá, 836 - Casa 43 - CEP 01021 - Luz, S. Paulo - SP - Tels.: (011) 228-1434, 227-4427 e 227-5840
Telex (011) 26351 CINQ-BR - Fac-Simile (011) 229-6732
Filial Rio de Janeiro: R. Astilbe, 240 - Ilha do Governador - Tel.: (021) 363-1185
Representantes: Fortaleza: Comercial J. Macedo S/A - Tels.: (085) 211-9111 e 226-5766
Presidente Prudente: Kat-Car - Tel.. (0182) 33-4283. S. J. Rio Preto: Tel. (0172) 42-3453
Rondônia: Equipcar - (069) 221-5499

KITS P/ APLICAÇÃO
Enviamos para todo o Brasil, por Ordem de Pagamento.

FILMES & VÍDEOS

AÇÃO E SUSPENSE NO PENTÁGONO

Não revele o final para ninguém. Este é o truque mais velho dos anúncios de cinema. Mas é absolutamente verdadeiro no caso de **Sem Saída** *(No Way Out)*, o grande *thriller* desta temporada de férias. Aliás, o pedido para manter o segredo nem vem nos anúncios, mas no material de imprensa, como uma espécie de aviso aos críticos que têm mania de contar toda a história dos filmes que vêem, estragando as surpresas.


Sean, boa surpresa de *Sem Saída*

Basta dizer que **Sem Saída** é uma eficiente refilmagem de um clássico, o *film-noir The Big Clock (O Relógio Verde*, 48), de John Farrow. Só que o ambiente muda. Em vez de uma grande editora dirigida pelo tirânico Charles Laughton, esta versão acontece no Pentágono, o centro de decisões das Forças Armadas americanas. E ali que vai trabalhar o jovem herói, Tom Farrell (Kevin Costner, a revelação de 87 como Elliot Ness, em *Os Intocáveis*), um tenente que vira assessor do secretário da Defesa (Gene Hackman). Ao mesmo tempo, ele está tendo um caso com uma garota deslumbrante (Sean Young), sem perceber que o chefe dela, o secretário, também é seu amante.

A situação se complica quando Farrell recebe uma missão quase impossível: tem que encontrar a testemunha de um crime que precisa ser encoberto a qualquer custo. Só há um problema: ele é a testemunha.

Qualquer detalhe a mais sobre o filme corre o risco de estragar o prazer de acompanhar uma história em que nunca pára de acontecer coisas. **Sem Saída** tem suspense e ação o tempo todo. Dirigido com precisão pelo neo-zelandês Roger Donaldson (de *Bounty — Rebelião em Alto-Mar*), o filme não esquece da violência nem do erotismo (Sean, apesar do nome de homem, é deliciosamente feminina).

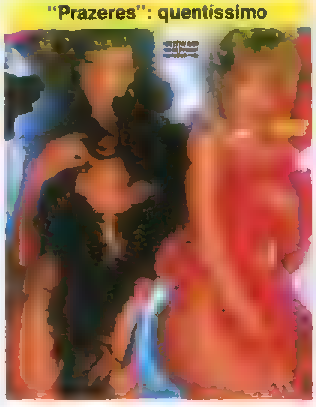
Você pode até não se convencer muito com os dois finais, pode até achá-los implausíveis. Mas com certeza vai ter duas boas surpresas.

RUBENS EWALD FILHO

Encontram-se a Velha e a Nova Guarda do vídeo erótico: o produtor Gregory Dark, dos filmes mais bizarros e originais dos últimos tempos, e os veteranos diretores Gerard Damiano *(Deep Throat — Garganta Profunda)* e Alex de Renzy *(Pretty Peaches, Baby Face)*. Os resultados dessa união, lançados agora pela Onyx Video, são da melhor safra do gênero.

Damiano fez **Prazeres Inconfessáveis** *(Forbidden Bodies*, 86). A partir de dois boêmios que recordam seus melhores dias num velho cabaré, há uma sucessão de cenas quentíssimas (onde quem brilha é a brasileira Ellie Rio), sempre com muito ritmo e humor.

O filme de De Renzy é **Terapia Sexual** *(Dr. Penetration*, 86), ainda mais ousado. Tem uma espécie de Drácula New Wave que mora num castelo, atende pelo nome de doutor Penetração e inventou uma máquina capaz de roubar as fantasias sexuais das pessoas. Há de tudo (já ouviram falar na mulher-lagosta?) nesse filme que, mal acaba, dá vontade de ver de novo. R.E.F


"Prazeres": quentíssimo

LEITURA

HUMOR, MÁFIA, CRIME E PAIXÃO

Assim como todos amam Woody Allen, todo leitor de bom gosto adora Philip Roth. O que eles têm em comum? De cara, o fato de ambos serem judeus e acharem isso engraçadíssimo. De Roth, a Companhia das Letras está lançando **O Avesso da Vida**, que faz parte do ciclo de livros sobre seu alter ego, o escritor Nathan Zuckerman. Desta vez, Zuckerman vai a Israel e aproveita para demolir a Terra Prometida com uma eficiência maior que a de Sansão pondo abaixo o templo. Irônico, sutil, grosso, mas sempre divertido, é um livro ideal para as férias e o resto do ano.

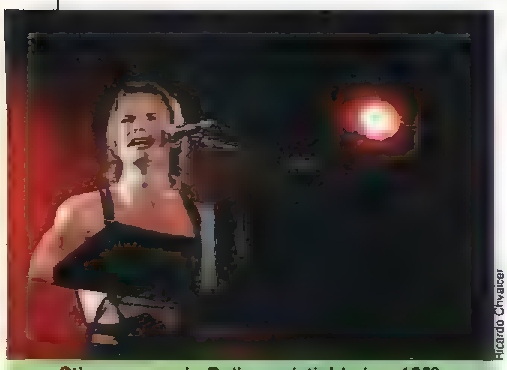
Se você prefere histórias reais, fique com **O Chefão Está só**, de Enzo Biagi, com as confissões de Tommaso Buscetta sobre todas aquelas más companhias que o levaram a ser um mafioso de alto bordo e o enriqueceram no mundo do tráfico. Edição da Rocco. Ou, então, outra história real de sucesso: **Ganhar!**, de Bernard Tapie (Cultura), sobre a incrível ascensão do francês que armou sua fortuna sobre empresas quase falidas que ele recupera (conforme você leu, em primeira mão, no Livro do Mês de PLAYBOY n.º 148, de novembro de 87).

Há muito tempo não saía livro novo de Georges Simenon. Mas valeu a pena esperar: **Os Suicidas** (Nova Fronteira) é dos imperdíveis, sobre um triângulo amoroso impossível que vai até o crime. Falando nisso, uma dose dupla da especialista Ruth Rendell: **Um Bando de Corvos** (Jorge Zahar), um crime que envolve um grupo feminista, e **Carne Viva** (Best-Seller), sobre um implacável assassino psicopata. Ruth nao perdoa, mata.

GERALDO G. FERRAZ

MÚSICA

O POLICE VOLTA NAS ASAS DE STING



Ricardo Chvaicer

Sting: na era do Police, criatividade a 100°

Nada menos que 200 mil pessoas voaram para o Maracanã — uma platéia que os melhores e mais decisivos Fla-Flus nunca viram. O autor da façanha: Sting, ex-líder do Police, o melhor grupo de rock dos anos 80.

A temporada de Sting no Brasil rendeu pelo menos meia dúzia de belos frutos: a Polygram relançou os seus discos com o Police *Outlandos d'Amour*, *Regatta de Blanc*; *Zenyatta Mondatta*, o genial *Ghost in the Machine*, *Sinchronicity* e a coletânea de compactos *Every Breath You Take*. Enquanto durou, de 1978 a 1984, o Police foi uma grande prova viva de que poderia haver inteligência no rock. Infelizmente, o isqueiro do Police se esgotou tão rapidamente quanto a chama de um fósforo e Sting partiu para uma aventura que só ele chama de jazz. A vingança veio a cavalo: a platéia do Maracanã só pegou fogo quando ele a incendiou com os sucessos do Police.

Os discos da banda relançados mostram que Sting é capaz de fazer sua criatividade ferver a 100 graus de preferência com uma ajuda de seus ex-amigos, o guitarrista Andy Summers e o baterista Stewart Copeland.

RUY CASTRO

DOS SUPERMUSICAIS À BOSSA NOVA

Broadway's Best, seis discos com trilhas musicais da Broadway: *Oklahoma!*, *The King and I*, *42nd Street*, *Ain't Misbehavin'*, *Sophisticated Ladies* e *La Cage aux Folles* (RCA/Ariola). Isto sim é que é música para gente grande. Alguns dos melhores musicais da Broadway, em gravações ao vivo de suas montagens. Impossível dizer qual é o melhor. Vai depender do seu bom (ou ótimo) gosto.

Carlos Lyra — 25 Anos de Bossa Nova (3M). Dezoito canções lambuzadas de Bossa Nova, do tempo em que comer alguém era — como se dizia uma parada. Conte à moça histórias sobre Maysa, Silvinha Telles e, ao som de Carlinhos, ela entenderá tudo. Por falar nisto, ele está cantando melhor que nunca.

R.C.

NOVIDADES NADA BISSEXTAS

Flávio Rodrigues

Até que nem tudo está perdido no país. Afinal, o maior prazer cultural do ano de 88 será a Xuxa, o que só tem a contar pontos para o bom gosto do brasileiro na matéria. Xuxa dará o maior ibope na TV, será a boneca mais vendida do ano, fará o maior sucesso na Bienal Internacional do Livro, venderá o dobro de discos de Roberto Carlos, baterá o recorde de vendas de vídeo e, fazendo seu primeiro filme como atriz principal, *Xuxa Contra o Baixo-Astral*, porá os Trapalhões, Stallone e Mickey Rourke no bolso.

Nosso fenômeno cultural maior bate com as duas e brinca nas onze, como costumava fazer seu ex-mentor, o Dico, também conhecido como Edson Arantes do Nascimento. Ao lado dela, empalidecem todos os eventos que povoarão os 366 bissextos dias deste ano que começa. Novidades? Pra quê? Dá uma preguiça... Na TV, todo o mundo ligará na Globo, com casquinhas para as outras. A Manchete vai de nudez na novela, mas o ibope estará sempre resfriado. Os comerciais de TV também usarão nudez aos borbotões (de repente, lá por maio, num golpe de gênio, Washington Olivetto fará um só com gente vestida, dos pés à cabeça). A Companhia Das Letras continuará a surpreender leitores e críticos, os best-sellers continuarão a ser malhados porque têm o hábito de vender bem. Ninguém mais vai para a Academia Brasileira de Letras pois a imortalidade, na era pós-Sarney, não renderá emprego público a ninguém. Roberto Carlos gravará um LP na CBS americana, Stevie Wonder estará no disco de Djavan, Wayne Shorter no de Milton e Caetano no de Caetano. Grupos de nomes irreverentes surgirão e morrerão. O teatro viverá em crise, a dança idem. O pós-Cinema Novo fará muitos simpósios e poucos filmes, prosseguirá a briga entre a Mostra paulista e o FestRio. Agora, briga mesmo será a do mês que vem. Vocês não perdem por esperar a que vai explodir entre Globo e Manchete, no Carnaval. Pau puro!

G.G.F

O filme das suas férias.

Boa viagem [illegible] Fuji. [illegible] retorno. [illegible] você vaja novamente revendo as [illegible] os amigos, os passeios inesquecíveis fotografados com Fuji. O filme Fuji reproduz as cores com mais brilho e fidelidade guardando as emoções para sempre. Nas próximas férias não se esqueça de colocar Fuji na mala.

FUJI FILM

Fuji. O filme da sua vida.

SGB

Aos 13 anos, 14 talvez, ela descobriu que poderia trocar um beijo por um radinho. O que não faria para ganhar uma bicicleta?

A MENINA DE BÚZIOS

Ficção

FERNANDO SABINO

Sempre morei em Búzios. Comecei como pescador e foi pescando umas e outras que acabei me arranjando. Pescarias noturnas, ou melhor, desova de navio em alto-mar, que meu barco recolhia. Hoje a coisa cresceu e se organizou, entrou gente graúda, acabei ficando de fora. Mas deu para defender algum, preferi ficar na minha. Viajei pelo mundo, fiz o que bem quis. Voltei, e acabei transformando o barraco de pescador numa dessas casas de praia que os grã-finos hoje procuram, rústica mas com certo conforto. É como eu me defendo.

Tudo começou naquele verão em que me apareceu um casal de São Paulo querendo alugar a casa. Como ofereciam bom dinheiro, concordei, desde que continuasse morando num dos quartos. O dos fundos mesmo, eu não fazia questão.

A mulher era meio sobre o bagulho, mas devia ter sido boa no seu tempo. O marido era um desses bestalhões que defendem a tradição, a família e a propriedade e só sabem falar na corrupção dos costumes de nosso tempo. Mas traziam de quebra a filha, que era de machucar: uma coisinha de seus 13 ou 14 anos, sei lá, estalando de boa dentro da roupa. O estranho é que não era dessas de biquíni que hoje se vê por aí, uma tirinha de nada, quase tudo de fora. Era recatada, discretinha que só vendo, e isso era o que mais me excitava. Usava maiô inteiro daqueles antigos, e nem calça comprida apertada, como as outras meninas, o pai deixava que ela pusesse: andava de vestidinho mesmo, saia curta, as coxas aparecendo, o que tornava ainda mais grave a situação. E foi exatamente aquele ar de inocência que ela tinha que acabou me virando a cabeça.

Nunca fui muito chegado a essas taras, pelo contrário: sempre preferi mulher bem rodada, corpo meio martelado de quem já levou batida. Seria até capaz de me interessar pela mãe dela, que ainda agüentava

ILUSTRAÇÃO ÂNGELO BONITO

A MENINA DE BÚZIOS

Ao entrar na cama onde a menina dormia, uma surpresa. estava nua debaixo das cobertas, a safadinha!

uma meia-sola. Mas é como estou dizendo: a menina me botou maluco. O rostinho, os olhos, os cabelos, a boca, meu Deus, a boca. Era uma boca inchadinha, sugerindo delícias. E aquele corpo que eu tentava imaginar debaixo do vestido. Ela andava sempre muito arrumadinha, parecia uma gravura antiga, sei lá. Havia qualquer coisa de misterioso naquela menina. Tinha a pele muito branca, estava em Búzios e não tomava sol, ia à praia só à tarde, quando não havia mais quase ninguém. Pois foi tudo isso que me acendeu, levantou o mastro do velho apetite já meio adormecido.

Então comecei por conquistar a confiança dos pais. Aderi ao papo-furado do homem, falei contra os desmandos da juventude, as drogas, a licenciosidade e por aí afora, como nem sermão de missa. E ele ali ouvindo e concordando, sempre de olho na cria, que não podia se afastar de sua vista. Até parecia que o pai é que era o tarado, e não eu. Não deixava a garota se enturmar com ninguém, nem mesmo para um passeio inocente. E, se por acaso saíam os dois de barco com algum casal amigo, me transferiam a responsabilidade de ficar de olho nela até que voltassem. Deixa comigo, eu dizia. E ficávamos os dois à tardinha sentados na praia em frente à minha casa, ela lendo história em quadrinhos e eu ali de vigia. Até que uma tarde...

É uma praia meio deserta, que os turistas ainda não descobriram. E nós dois ali sozinhos, o velho devasso e a menina pura. Ela riscando a areia com um pauzinho e eu pensando misérias a respeito do assunto. Às vezes tinha de entrar n'água para me refrescar um pouco, que eu já não estava cabendo no calção. Ela me fazia perguntas tolas que eu mal conseguia responder, a voz rouca de tanto desejo.

Pois eu dizia: foi numa tarde, o sol já se pondo, e os pais num passeio de lancha o dia inteiro, não sei por que não levavam a menina. Olhei para ela, agora estendida na areia a meu lado, no seu maiozinho fora de moda, que nem por ser casto e discreto comparado aos outros impedia que se adivinhasse o manjar dos deuses nele oculto. Como ela estivesse de olhos fechados, pude comê-la com os meus da cabeça aos pés. Observei tudo: os peitinhos já desabrochados, o contorno dos quadris, o pano formando na confluência das coxas uma pequenina prega... Não havia cristão que agüentasse.

Então, como se pensasse que ela dormia, murmurei comigo mesmo para que ela escutasse: "Ah, meu santo, gosto tanto dessa menina, que se eu pudesse ao menos lhe dar um beijinho sem que ela acordasse... seria capaz de dar para ela o meu rádio de pilha"

Era um rádio japonês, pequeno mas dos melhores, ondas médias e curtas muamba dos meus tempos de trambicagem e no qual eu sabia que ela estava de olho comprido. No que falei aquilo, ela quase sorriu, embora fingisse agora que estava dormindo. Então dei um beijo dos bons naquela boquinha em flor. E ela não acordou.

No dia seguinte compareci com o rádio:

Toma, é seu.

Ela fingiu espanto:

Meu?

Um presente para você.

Ela pulou de alegria, me deu um beijo (no rosto) e ficou ouvindo o radinho o dia todo. Os pais sorriam, encantados:

Pelo menos agora ela tem com que se distrair.

O próprio pai, depois que ela ia dormir, se distraía com o rádio à noite, tentando ouvir as estações de São Paulo.

Alguns dias depois, a situação se repetindo nós dois na praia sozinhos —, quem começou a fingir que dormia fui eu. E falei para que ela ouvisse, como quem murmura durante o sono: "Ah, se eu pudesse fazer um carinho nela. Passar as mãos nesse corpo de anjo, nesses peitinhos macios. Eu daria a ela um presente melhor ainda, aquela máquina de tirar retrato na hora, de que ela gostou tanto"

Dias antes alguém havia aparecido na praia com uma polaróide, a menina ficou fascinada pela câmera. No que falei em lhe dar uma igual, ela estremeceu de prazer a meu lado e rolou de mansinho na areia, até seu corpo encostar no meu. Não perdi tempo: como se estivesse dormindo, comecei a passar a mão devagarinho pela sua perna acima, pela coxa, por ela toda, me detendo no que havia de melhor. Acabei apertando seu corpo contra o meu e por pouco não estrago tudo, tive de me conter para não entornar o caldo.

No dia seguinte acordei cedo e saí em busca do presente prometido. Ainda tinha minhas ligações, sabia onde encontrar a tal câmera e por bom preço.

— Olha aí, um presente para você.

Os pais ficaram alegremente surpresos, a menina mais ainda. "O senhor não devia fazer isso, um presente tão caro" diziam, delicados, e ela sorria, ar de sonsa.

No primeiro dia em que eles a deixaram de novo a sós comigo, eu disse para mim mesmo: é hoje. Tudo conspirava a favor: não estávamos na praia mas em casa, era noite, os pais haviam saído para uma festa e voltariam muito tarde. Depois de esperar um pouco — macaco velho que eu sou, poderiam voltar, ter esquecido alguma coisa —, fui ao quarto da menina, que já se havia recolhido. Aproximei-me da cama e vi que ela fingia dormir. Então me inclinei e falei ao seu ouvido: "Se eu pudesse fazer tudo que tenho vontade com esta linda menina, ai, meu santo! Eu daria para ela uma bicicleta novinha. Contanto que ela não percebesse nada, continuasse dormindo"

Dito o quê, tirei a roupa no escuro e me enfiei na cama. Tive a surpresa de ver que ela estava nua debaixo das cobertas, a safadinha! E nunca uma menina dormiu um sono tão profundo como aquele, enquanto eu fazia com ela tudo que queria e bem entendia. Não foi tão difícil como eu imaginava, pelo contrário: até parecia não ser a primeira vez. Deu só um gemidinho de quem dorme e foi deixando, procurava mesmo facilitar as coisas, sempre dormindo, abraçada a mim, lábios nos meus, como num sonho. Então não agüentei mais, fui às últimas — e ela agüentou firme. Eu sabia que o sonho dela era na verdade ganhar uma bicicleta, o pai não queria dar, achava muito perigoso. Naquele instante eu era capaz de prometer até um automóvel.

Não foi fácil deixar aquela cama, o que fiz no momento exato: pouco depois que me mandei para o meu quarto os pais chegavam da tal festa.

Como no dia seguinte eu deixasse correr o tempo e não lhe falasse nada, assim que ela se viu a sós comigo dependurou-se no meu pescoço e perguntou:

E a minha bicicleta?

Fiz-me de desentendido:

Bicicleta?

— A que você prometeu me dar de presente.

Agora era a parte pior: desconversei como pude, dizendo que em Búzios não havia bicicleta à venda, eu teria de ir ao Rio, ou pelo menos a Niterói para comprar.

Quando é que você vai?

Não sei. Quando puder.

Ela ficou amuada e então fez beicinho. Não adiantou eu dizer que tinha de esperar um pouco, que não podia aparecer assim de uma hora para outra trazendo uma bicicleta de presente, o pai acabava desconfiando:

Ele próprio não quer, diz que é muito perigoso.

Então ela me ameaçou com o que eu mais temia:

Se você não me der essa bicicleta, eu conto tudo para ele.

Passei o dia meio ressabiado, temendo que contasse mesmo o homem era capaz de me matar. Para sorte minha, sur-

Continua na pág. 94

— Eu já tive muitos namorados estranhos, mas nunca um estranho tão perfeito assim!

O ANALISTA DE BAGÉ

LUÍS F. VERÍSSIMO
E EDGAR VASQUES

THE WALL STREET JOURNAL.

Elegante, no melhor estilo das *griffes*

Moda Fernando de Barros
FOTOS · JOAO DELBUCIO

É o triunfal retorno da masculinidade e das linhas clássicas. Uma moda sem exageros ou exibicionismos

Nos últimos 20 anos, as grandes griffes dominaram as cabeças de homens e mulheres no mundo inteiro. Muitos vestiam a marca, não a roupa. Agora, podem fazer as duas coisas. A moda das griffes reabilitou os cortes clássicos e os tecidos nobres. Só não alterou a capacidade da roupa de despertar seduções e desejos em quem souber vesti-las. E tirá-las...

Um olho nos negócios e outro na gata executiva. À esquerda, ele veste terno e camisa Pierre Cardin, assim como o lenço de seda e o sapato. A gravata é Yves Saint Laurent. Ela usa conjunto de blazer, bermuda e blusa em cetim — tecido da Tecelagem Brasil e modelo Tweed. Nas mãos, pasta da Monterrey. Nos pés, sapatos Nielsen's e meias Tri-Fil. Na foto à direita, ele garante a carona e um beijinho vestindo terno de linho e camisa listrada de algodão, ambos Charles Jourdan. A gravata e o lenço em seda são Christian Dior; os sapatos, Beneducci. Ela usa um conjunto de Charles Jourdan.

Um jeito de olhar sobre o que há embaixo

Num encontro casual, jogando todas as fichas. Ao lado, ela usa terno de linho, tipo tweed, com camiseta em malha preta — tudo da Lanvin. O cinto é da Lazco e os sapatos, Beneducci, ambos em couro. Ela está de sainha pregueada e sapatos da Walkyria Spinelli. Os brincos são da Acessórios Modernos e as meias, Tri-Fil. À direita, atraindo olhares, o rapaz veste camisa de algodão listrada e calça de linho, ambas da Pierre Balmain, assim como o cinto. A gravata é Dior e o sapato, Reimocassin. Ela usa conjunto T. Macchione, sapatos Nielsen's e... muito charme.

FORUM

Pés no chão e uma idéia na cabeça...

O cachorro é só pretexto para aproximação. O rapaz faz charme numa camisa de algodão listrada, calça de linho bem ampla, tudo da Valentino. Ela também está de conjunto de top e míni da mesma griffe. Nos pés, Pierre Cardin para ele, Nielsen's para a gata. À direita, ele usa camiseta pólo, calça de gabardine xadrez e sapato estilo inglês, da Paco Rabanne. A garota sobre rodas veste conjunto da Acessory e meias Drastosa. Os patins são da Torlay.

Guia de compras na pág. 94

PRODUÇÃO ROGGÉRIO CECCASSI ASSISTENTE DE PRODUÇÃO CARLOS MAMBERTI Agradecimentos: Taka (cabelo); Erick Wolff (maquiagem); Canil Hunter's Moon; Motovespa do Brasil; Telesp.

A frente da Saveiro foi inteiramente remodelada. Ganhou novo capô, grade e pára-choque — tudo em fibra. Na traseira, em vez da caçamba, um porta-malas fechado

O PEQUENO GRANDE CHARME DO NICK

Criado a partir do chassi da Saveiro, um minicarro com o desempenho dos modelos esportivos e a classe dos importados

Reportagem **EMILIO CAMANZI**
FOTOS ARNALDO KLAJN

PRODUÇÃO ROGGÉRIO CECCASSI
ASSIST DE PROD CARLOS MAMBERTI

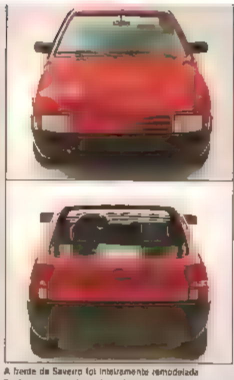
Agradecimentos
Federico Blanco (cabelo e maquiagem)
Hang Loose (prancha), Galpão 35 (biquini),
Dacon (011-815 2122)

Se você é um tipo excessivamente discreto ou, então, está em tão boa companhia que nem liga para o olhar guloso das gatinhas que vão pela calçada, fique longe do volante deste carrinho. Agora, se o seu caso é bem outro, prepare-se para um passeio pleno de prazeres e surpresas. Na primeira esquina, um motorista fará as manobras mais loucas no trânsito, só para parar bem ao seu lado e disparar a pergunta inevitável:

— Que carro é esse? É japonês?

De japonês o pequeno Nick não tem nada. Desde dezembro, está sendo produzido em Santana do Parnaíba, na região da Grande São Paulo, pela Projet D'Avant Garde (PAG). Tecnicamente, pode ser definido como uma

Continua na pag. 124



A frente da Saveiro foi inteiramente remodelada. Ganhou novo capô, grade e pára-choque — tudo em fibra. Na traseira, em vez da caçamba, um porta-malas fechado

O PEQUENO GRANDE CHARME DO NICK

Criado a partir do chassi da Saveiro, um minicarro com o desempenho dos modelos esportivos e a classe dos importados

Reportagem **EMILIO CAMANZI**
FOTOS: ARNALDO KLAJN

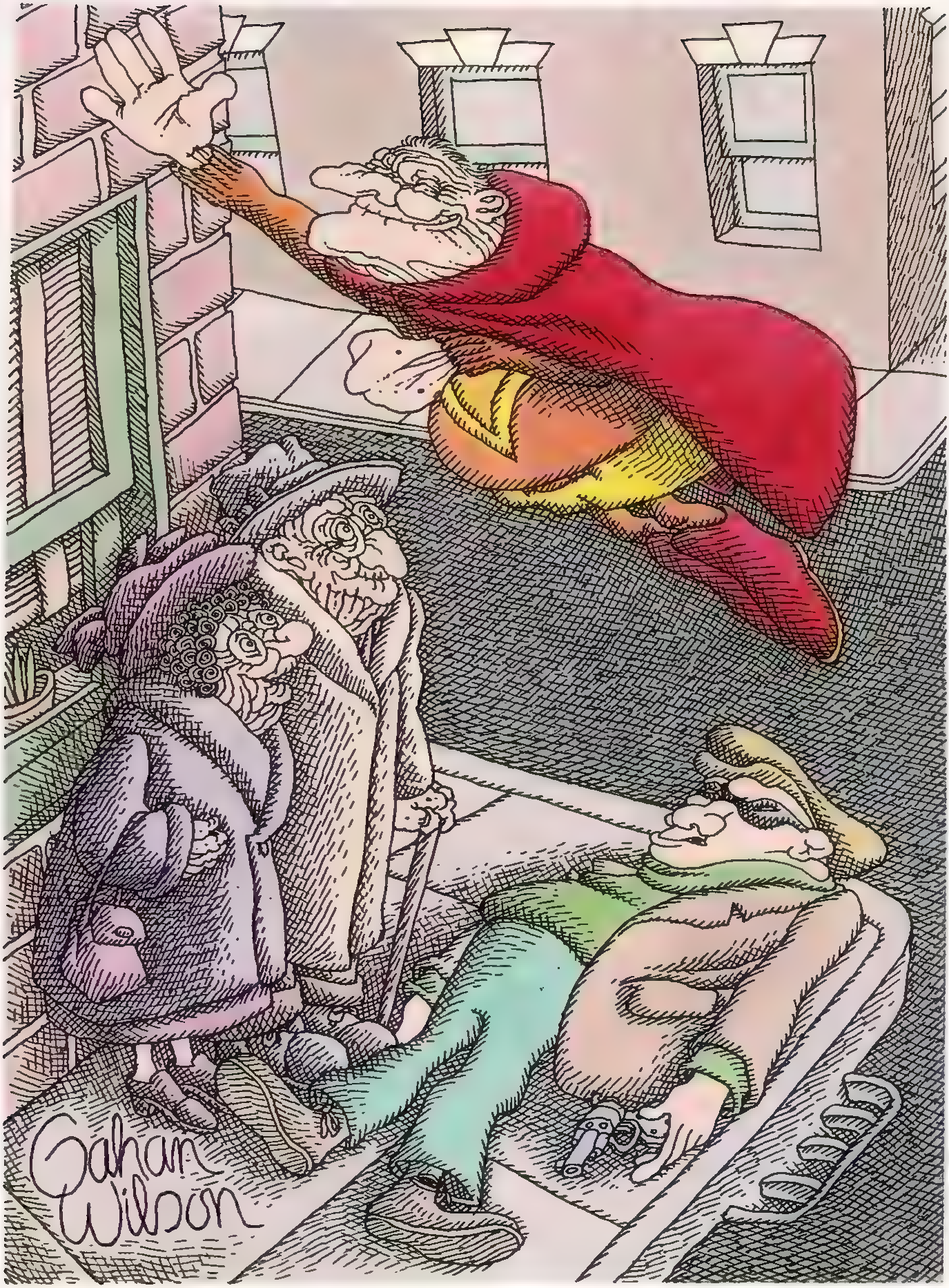
Se você é um tipo excessivamente discreto ou, então, está em tão boa companhia que nem liga para o olhar guloso das gatinhas que vão pela calçada, fique longe do volante deste carrinho. Agora, se o seu caso é bem outro, prepare-se para um passeio pleno de prazeres e surpresas. Na primeira esquina, um motorista fará as manobras mais loucas no trânsito, só para parar bem ao seu lado e disparar a pergunta inevitável

Que carro é esse? É japonês?

De japonês o pequeno Nick não tem nada. Desde dezembro, está sendo produzido em Santana do Parnaíba, na região da Grande São Paulo, pela Projet D'Avant Garde (PAG). Tecnicamente, pode ser definido como uma

(continua na pág. [illegible])

PRODUÇÃO: RUGGERIO CEC[illegible] ASSIST. DE PROD.: CARLOS MAMBERT[illegible]
Agradecimentos:
Federico Blanco (cabelo e maquiagem)
Hang Loose (prancha), Galpão 35 (biquíni)
Dacor [illegible]



— Puxa, é bom saber que alguém está cuidando de velhinhos como nós.

A MENINA DE BÚZIOS Continuação da pág. 46

Ela começou recusando os carinhos, mas logo mostrou o que aprendera, inventando deliciosas variações

giu a salvação caída do céu: ele e a mulher é que iriam ao Rio. Tinham de resolver um assunto importante lá deles, voltariam no dia seguinte. Dava até para desconfiar: não levariam a filha.

— Vai terminar tarde, teríamos de deixá-la sozinha no hotel.

— Podem ir tranqüilos — assegurei.

Tranqüilo fiquei eu, quando seus pais se foram. Depois de esperar algum tempo, como manda a prudência, fui procurar a menina em seu quarto. Mas ela me escorraçou:

Vai embora. Não quero conversa com você.

Não insisti: é de boa técnica. Fiquei pela casa, me distraindo com uma coisa e outra, deixando o tempo passar. Mas meu pensamento estava preso naquele quarto, laços invisíveis me ligavam à menina, me arrastavam até ela.

Nem eu nem ela jantamos naquela noite. Dispensei a cozinheira, que dormia fora, esperei que a luz no quarto se apagasse e só então fui até lá:

Deixa eu ficar um pouquinho com você.

A garota se recusou a me aceitar em sua cama:

Quero minha bicicleta. Senão eu conto tudo para o meu pai.

Prometi que no dia seguinte ela teria a maldita bicicleta, prometi tudo. Não tinha dinheiro para bicicleta nem para mim, quanto mais para ela. Mas não ia perder uma ocasião daquelas, podíamos passar a noite juntos, uma noite de rei! Só pensava no que havíamos feito na noite anterior, e não conseguia me conter. Mulher é assim, seja de que idade for: insiste, que ela acaba cedendo. Apesar de continuar ameaçando contar tudo para o pai, ela instintivamente me cedeu uma beirinha se chegando para o canto, quando forcei o corpo, me insinuando em sua cama. Passou então a recusar meus carinhos, dizendo que me odiava, tinha sido enganada, não ia ganhar bicicleta nenhuma:

Vou contar tudo para o meu pai.

Aos poucos repetia a frase como para si mesma, já deixando que minhas mãos a tocassem.

— Seu velho mentiroso. Ordinário. Safado — me dizia ao ouvido, já me acariciando também.

Foi simplesmente maravilhoso. Eu caprichava o quanto podia, e ela não deixava por menos: aprendera depressa, estava se vendo. E quando, já cansado, dei uma cochilada, ela me acordou com um longo beijo:

— Quero mais.

Mais ela teve — duas, três vezes. Raramente na minha vida tenho sido capaz de tanto em tão pouco tempo. E olha que quando moço eu não brincava em serviço. Parecia estar recuperando o atraso desses últimos anos.

Exausto, eu acabei dormindo. Creio que ela também cochilou um pouco, dando-me uma trégua. Mas a horas tantas me tirou de meus sonhos, soprando-me ao ouvido:

— Você não vai me querer mais hoje, não?

Aquilo acabou me excitando de novo: lá vou eu pela quarta vez numa noite. E ela agora se encarregava de inventar deliciosas variações.

Ao fim, caí em sono profundo. Pois nem meia hora havia passado e acabei acordando com o diabo da menina a me acariciar novamente:

— Por que a gente não faz mais uma vez?

Não havia carícia capaz de me levar a semelhante proeza. Então não tive outro recurso senão apelar para a ignorância:

— Pára com isso e dorme, garota. Se não eu conto tudo para o seu pai.

— Mãos ao alto. E agora, bem devagarinho, largue aí o meu perfume, minha loção após-barba e o meu xampu vitalizante

GUIA DE COMPRAS

Acessórios Modernos: 853 5077 / SP; Acessory 815 6533 SP; Beneduci: 283 0044 / SP; Charles Jourdan 852 7344 / SP; Christian Dior: 887 4400 / SP; Italmocassin: 289 0874 SP; Lanvin 221 0466 SP; Lazco: 274 2111 / SP; Monterrey: 22 4552 / Nv. Friburgo - RJ; Paco Rabanne: 570 8800 / SP; Pierre Balmain: 549 5699 SP; Pierre Cardin: 251 2799 / SP; Presidente: 291 2555 SP; T. Macchione: 885 8122 / SP; Tecelagem Brasil: 295 7388 / SP; Torlay: 872 5111 / SP; Tri-Fil. 279 5211 / SP; Tweed 826 5722 SP; Valentino 280 8762 SP

Mais cuidado! É um Chivas Regal!

Seagram
O maior fabricante de whiskies em todo o mundo.

O HOMEM QUE REVOLUCIONOU A APPLE E DEMITIU O GÊNIO DOS MICROS

Da conservadora Pepsi à revolucionária Apple, a trajetória do superexecutivo John Sculley, como ele conta em seu livro Odisséia: *as crises, os triunfos, e a batalha para sintonizar uma empresa de computadores na era do marketing moderno*

ILUSTRAÇÕES LINO H

por **JOHN SCULLEY**

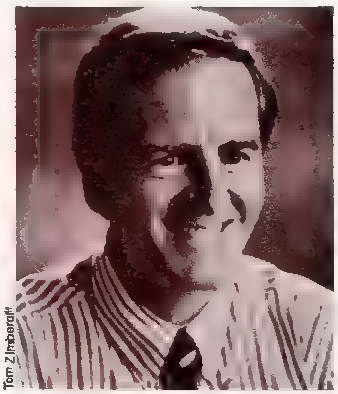
C.E.O. Estas três letras são a sigla de *chief executive officer,* um cargo cuja tradução aproximada poderia ser presidente-diretor-geral. John Sculley é o C.E.O. da Apple Computer Co., uma empresa que revolucionou o mundo dos computadores nos anos 70-80 e, por extensão, toda a nossa vida.

É fácil imaginar quanto poder tem esse homem, na liderança de uma das 500 maiores empresas dos Estados Unidos, a única que levou apenas um punhado de anos para passar de uma aventura de dois jovens maníacos por computadores, Steven Jobs e Stephen Wozniak, a um *status* de grande multinacional. A grande sacada dos dois foi a disseminação da idéia do computador pessoal: antes, o computador era uma máquina enorme somente ao alcance de grandes empresas ou instituições. A partir da revolução da Apple, o computador se torna acessível a qualquer pessoa, em sua casa ou no escritório.

Quando Sculley entrou na história da Apple, a companhia já estava entre as 500 mais e seu potencial era enorme. Mas, constituída de forma mais ou menos improvisada e anárquica, faltava à Apple uma direção mais voltada para as possibilidades do marketing, a fim de atingir um mercado que a empresa pretendia universal. Então, Jobs, Wozniak e o C.E.O. original da Apple, Mike Markkula (que queria se aposentar), começaram a caçar um especialista no assunto, na Costa Leste — a Apple, como boa parte das empresas eletrônicas americanas, fica no Silicon Valley, na Califórnia.

O melhor era John Sculley, inegavelmente um superexecutivo na linhagem de um Lee Iacocca. Sculley, que queria ser arquiteto, descobriu a vocação para o marketing ao fazer estágio numa agência de publicidade. Daí passou para a Pepsi-Cola, onde teve experiência desde carregar caixas e embalar latas até chegar a variadas vice-presidências (numa delas, como líder da divisão internacional de alimentos, teve de salvar as filiais brasileiras — veja o quadro na pág. 103). Era dos mais cotados para substituir o chefão de toda a PepsiCo, Don Kendall, até o dia em que recebeu um telefonema de um amigo e "caçador de cabeças" (intermediário na contratação de altos executivos), Gerry Roche.

Ele queria falar sobre o interesse de uma empresa de computadores por Sculley. Depois de um longo namoro, houve o final feliz. Só que Sculley, realmente o homem certo para dirigir a Apple, pelos resultados obtidos até hoje, teve de aplicar duras receitas, entre elas afastar Jobs da companhia e enfrentar a maior crise da indústria dos computadores, em 1985. Em seis meses, ele conseguiu recuperar a empresa, lançar o incrivelmente bem-sucedido Macintosh Plus e voltar aos melhores tempos da Apple. Esta é a história que ele conta em *Odisséia: da Pepsi à Apple,* o livro que a Editora Best-Seller vai publicar em abril e PLAYBOY revela, em primeira mão, para seus leitores.



Tom Zimberoff

JOHN SCULLEY, *48 anos, publica agora seu primeiro livro, contando a história de sua vida, da Pepsi à Apple, uma obra que ele mesmo considera "uma viagem pela aventura, pelas idéias e pelo futuro". Sculley, que oscilou entre arquitetura e administração antes de se especializar em marketing, é casado pela segunda vez. Gosta de música clássica, sanduíches de pasta de amendoim. E água mineral: renunciou a beber refrigerantes.*

Tradução: Geraldo Galvão Ferraz

Na Pepsi, vivíamos para os mínimos detalhes. No momento em que entrei na sala da diretoria, soube que a reunião seria importante. Durante anos, essas sessões executivas seguiram um ritual cuidadosamente orquestrado. Hoje, havia uma diferença, sutil mas inegável.

Geralmente, a longa superfície da mesa de 6,3 m, polida a ponto de parecer mais de vidro do que da rara madeira de nós de olmo dos Cárpatos, só seria tocada pelos membros da diretoria da PepsiCo e, mesmo assim, apenas doze vezes por ano.

Hoje, o couro esticado que cobria o tampo brilhante fora removido.

Eu estivera nessa sala pelo menos umas cem vezes. Sentara-me preocupado na mesa e, em outras vezes, quase voara de lá. Vira colegas amigos tensos, sendo publicamente censurados por questões de performance e, em outras ocasiões, aplaudidos por idéias de marketing e estratégias.

Mas a reunião de hoje era diferente. O tampo exposto da mesa dizia isso. Fazia a sala espaçosa e sem janelas parecer mais imponente. Como quase tudo na PepsiCo Inc., o poder majestoso e a elegância da sala tinham a força de tornar as pessoas pequenas. Uma grande pintura abstrata da viúva de Jackson Pollock, Lee Krasner, dominava a parede do outro lado da porta. Um carpete especialmente desenhado em cores de tons de terra forrava o chão. O teto com placas de bronze, talvez mais apropriado para uma igreja, refletia os painéis de mogno envernizado das paredes. Cadeiras de couro bege, de espaldar alto, cercavam a mesa de reuniões.

A cada dois meses, os gurus de marketing da Pepsi — o coração da companhia — se reuniam ali, no andar executivo da sede da companhia, no subúrbio nova-iorquino de Purchase, para um ritual íntimo da guerra pública das colas entre a Pepsi e a Coca. A A.C. Nielsen Co., a mais prestigiosa empresa de pesquisa de mercado, apresentava formalmente o que se tornou conhecido como os Nielsens os números de mercado, sigilosamente guardados, que mostravam como estávamos indo na nossa concorrência com a Coca-Cola. Os Nielsens definiam as regras da competição para todos na Pepsi. Estavam no epicentro de tudo o que fazíamos. Eram as contagens não-públicas das baixas na Guerra das Colas.

Como as outras reuniões, este era um evento cerimonial. Marcávamos a data em nossas agendas com muitas semanas de antecipação. Todo mundo usava o uniforme oficioso da empresa: um terno azul risca de giz, camisa branca e uma gravata vermelha. Nenhum de nós jamais tirou o paletó. Vestíamo-nos e agíamos como se estivéssemos numa reunião de diretoria.

Os executivos da Nielsen foram os primeiros a chegar. Como presidente da Pepsi-Cola,

entrei depois. A formalidade empresarial dizia onde devíamos nos sentar. Os principais funcionários da companhia gravitavam na frente na mesa, os executivos juniores iam para a parte mais distante da porta. Todo mundo estava conversando quando as pesadas portas de madeira se abriram outra vez. A sala ficou em silêncio quando um homem corpulento, com cabelos brancos, entrou. O Presidente-Geral da PepsiCo e Executivo-Chefe, Donald M. Kendall, não tinha mais de 1,80 m, mas era um homem de enorme presença, respeitado e temido pelos colegas. Kendall, porém, estava contente e passou pela sala como um político, apertando mãos, batendo nas costas das pessoas e, de vez em quando, dando um abraço de urso — um gesto de força e afeto que Kendall reservava para poucos.

A reunião começou exatamente depois que Kendall se sentou e um mordomo negro, de paletó branco, chegou com a bebida dele numa bandeja de prata: uma Pepsi num copo Tiffany sobre um guardanapo à sua frente. As luzes indiretas piscaram quando as portas elétricas de uma parede se afastaram para revelar uma tela de projeção. Um homem da Nielsen começou a mostrar os últimos números na tela, explicando em detalhes os dados que mostravam que a empresa estava gastando quase US$ 10 milhões para coletar.

A REUNIÃO DA VITÓRIA

Kendall abriu uma caixa de seus charutos cubanos favoritos e passou-a pela mesa. Nuvens de fumaça, até risos, encheram a sala quando os números revelaram um desempenho que se levou uma década para criar: a Pepsi ultrapassara a Coca em vendas como o principal refrigerante vendido nos supermercados dos Estados Unidos. "Era isso que esperei durante toda minha carreira", disse Kendall. "Derrotar a Coca completamente."

Era um daqueles momentos por que se trabalha uma vida inteira. Sempre acreditamos, desde o começo dos anos 70, quando a Pepsi era geralmente considerada a eterna vice, que nós poderíamos conseguir. Todos nós começamos com esse objetivo e nunca tiramos os olhos dele.

Renovando as estratégias de marketing, inspirando-se numa velha campanha de 1963 para conseguir uma extraordinária série de comerciais que ligaram a Pepsi a um conceito de nova geração, enquanto a Coca subliminarmente era posta de lado como coisa careta, Sculley foi reforçando sua posição com vitórias sucessivas na guerra das Colas.

Após anos de trabalho incansável, de aprendizado e administração de crises e reformas, minha vida pessoal e profissional finalmente se aquietaram. Em 1982, aos 44 anos, sentia-me a caminho de realizar tudo na atividade em que eu estava interessado. Algumas pessoas começaram a especular que eu algum dia sucederia a Don Kendall como executivo principal da empresa.

Um dia, pouco antes de eu me preparar para sair do escritório para o feriado do Dia de Ação de Graças, em 1982, recebi um telefonema de um conhecido. Foi uma ligação rápida, apressada, que eventualmente mudaria toda a dimensão de minha vida.

"Estava saindo do escritório para um longo feriado quando o telefone tocou. Era uma ligação que iria mudar toda a minha vida"

O DIA DO CONVITE

Havia muitos telefonemas. Como presidente da Pepsi-Cola, eu recebia uma porção deles, vindos de "caçadores de cabeças" de toda espécie.

Só um deles podia atrair minha atenção. Era Gerry Roche, presidente da Heidrich & Struggles Inc., em Nova York. Um "caçador de cabeças" extraordinário. Quando ele ligava tinha de ser algo muito importante. Há anos era meu amigo e, de vez em quando, me procurava para checar como ia minha carreira e minha vida. Já me propusera outros cargos, mas eu sempre recusei. Pensei que fosse outro daqueles telefonemas de verificação, mas logo ele me contou que estava buscando um presidente-diretor-geral para a Apple Computer Inc., em Silicon Valley. Eu não sabia grande coisa sobre a empresa. Comprara um de seus computadores, um Apple II plus, para meu escritório, e estava experimentando montar uma rede de informações dos engarrafadores. Mas não estava nem um pouco interessado no emprego — e disse isso.

Sei que você não quer deixar a Pepsi e odeio lhe pedir um favor destes — disse ele.

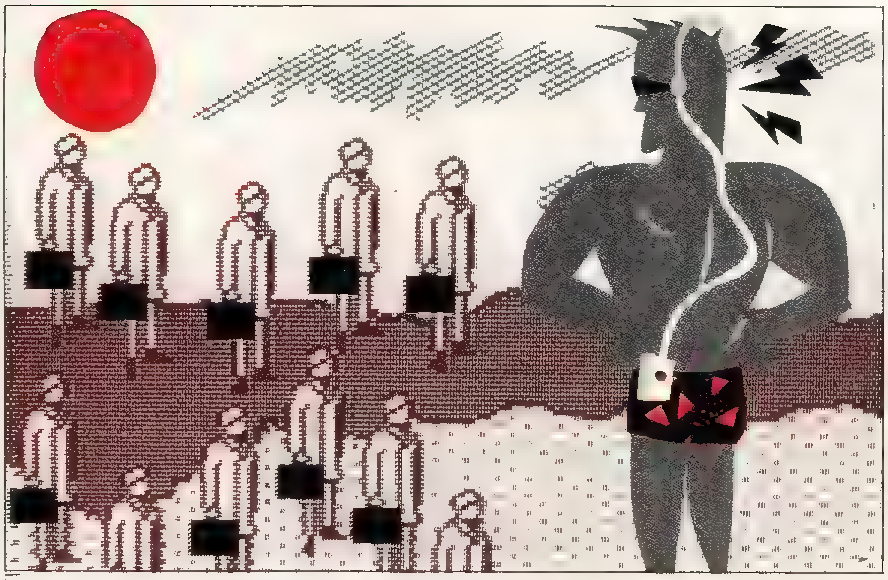
Mas, por favor, confie em mim. Daria para você ir até a Califórnia e, pelo menos, se encontrar com esses caras?

Gerry mandou a Sculley um exemplar do último relatório anual da Apple e uma **Time** *com Steve Jobs na capa, mostrando como ele praticamente criara a indústria do computador pessoal quase sozinho. Seis anos antes, a Apple era uma companhia localizada no quarto de dormir e na garagem da casa dos pais de Steve, em Los Altos, na Califórnia. Agora era uma empresa entre as 500 da* **Fortune,** *no relatório anual que a revista publica com as empresas americanas de melhor desempenho.*

Com Stephen "Woz" Wozniak, um gênio dos computadores, Jobs se associou para a exploração comercial de um computador pequeno e fácil de usar, que Woz estava destinando apenas aos maníacos por eletrônica. Jobs convenceu Woz a transformar aquilo num negócio para valer. Com 1.300 dólares, resultantes da venda de uma Kombi e uma calculadora científica, iniciaram a produção dos pequenos computadores em forma de kit. A eles se associou A.C. "Mike" Markkula, ex-gerente de marketing de um dos gigantes da produção de chips para computador, a Intel, que conseguiu empréstimos e financiamentos além

de um investimento de suas próprias economias para deslanchar a empresa. Fascinado com o potencial da pequena companhia, Markkula tornou-se presidente da empresa e lhe deu uma estrutura financeira e administrativa. O relatório anual que Sculley recebeu mostravam os números de uma empresa com ótima saúde: a Apple apresentava um crescimento de 74% em vendas e 56% em renda líquida.

Começou então um namoro com Roche servindo de Cupido, explicando que a diretoria da Apple queria alguém para substituir Markkula, que ia se aposentar. Eles achavam que Jobs, co-fundador da Apple, aos 27 anos, era inexperiente demais para assumir as funções. Ele ficaria com o desenvolvimento dos produtos, enquanto o novo homem se encarregaria da direção-geral da empresa, respondendo apenas à diretoria e, eventualmente, iniciando Jobs nos meandros do marketing.



Sculley acabou indo à Califórnia, aproveitando uma visita aos seus filhos do primeiro casamento, Meg e Jack, que moravam com a mãe em Los Angeles. De lá, Sculley voou para San Francisco, alugou um carro e percorreu, sob uma chuva pesada, os 48 quilômetros até a Apple, em Cupertino.

A cidade, descobri, era um punhado de subúrbios espalhados no município de Santa Clara que se tornaram conhecidos como Silicon Valley (Vale do Silicone). Uma geração antes, o vale era apenas um grande produtor de passas secas. Agora, era um centro de inovação tecnológica. A transformação fez surgir centenas de novas companhias.

Visto de cima, o lugar tem certa semelhança com um enorme circuito integrado, com fileira após fileira de edifícios pré-fabricados ocupados por pequenas companhias. Eu esperava prédios high-tech. Em vez disso, eram estruturas monótonas, chatas e retangulares. De algum modo, nao pareciam apropriadas para o que emergia como o centro tecnológico do mundo.

Ao sair da rodovia para o Boulevard De Anza, em Cupertino, o primeiro edifício que vi com um logotipo da Apple na frente era o Edifício Mariani, de três andares, todo de vidro e concreto. Pensei que fosse o edifício-sede da Apple, porque era o único prédio grande da área. Não era.

CABANAS E PORSCHES

Em vez disso, a sede da companhia ficava numa construção muito menor e modesta em Bandley Drive. Numa ponta de Bandley havia a Loja de Esqui Qualquer Montanha; na outra ponta, um supermercado. No meio, um amontoado de cabanas achatadas, de um andar, que pareciam criadas por uma escola de arquitetura classe Z. Em cada entrada, um cartaz de sequóia com o emblema da companhia entalhado, uma maçã com o arco-íris.

Fiquei espantado ao descobrir que Jobs e Markkula estavam enfiados numa construção de dois andares, com fachada de madeira e telhas finas do mesmo material. Parecia mais apropriado a uma sucursal de uma corretora de seguros do que ao centro executivo de uma empresa em franco progresso. Fora do prédio havia uma pequeno cartaz de ofertas de empregos. Ao chegar de carro, notei um número surpreendente de Mercedes e Porsches no estacionamento.

Markkula recebeu-me em mangas de camisa e a calça esporte. Eu era o único do lugar que estava de terno. Senti-me pouco à vontade e espantado ao ver que a maior parte do pessoal da Apple se vestia menos formalmente que a turma de manutenção da Pepsi. O escritório de Steve, no outro canto do andar, era o epicentro da atividade. Uma fila de pessoas esperava para entrar. Os telefones tocavam constantemente. Curiosamente, Steve não tinha computadores em sua sala. Em vez disso, peças eletrônicas e caixas de produtos estavam espalhadas por todos os cantos. Era uma bagunça, cheio de coisas, com posters e fotos pregados nas paredes.

Ele estava reunido com outras quatro pessoas, todas em seus vinte e poucos anos. Usava jeans e uma camisa xadrez aberta, com mangas dobradas. Esperamos um pouco até a reunião acabar.

— Oi disse, quando saiu. Sou Steve Jobs. É ótimo você estar aqui. Estou realmente contente por conhecer você.

Fomos para o restaurante Anthony's Pier One, a alguns quarteirões da área da Apple.

Bem disse eu. — Quero que saibam que não estou aqui para uma entrevista sobre um emprego.

— Nós entendemos — disse Mike. — Estamos contentes pela oportunidade de encontrá-lo e discutir suas idéias de marketing.

Os meses seguintes foram de namoro firme. Sculley se encontrou várias vezes com Jobs e conta que ficou fascinado pelas idéias dele e pe-

lo que queria fazer com o computador. Jobs estava maravilhado com as idéias de Sculley sobre marketing e com sua personalidade. Sculley escreve:

Sentia-se num mundo diferente. Todo mundo trabalhava em pequenos cubículos, quase como se fossem parte de uma corporação medieval. Em cima de cada mesa, um computador. Não havia sentimento de limites ou barreiras. Fiquei espantado ao ver como era criativo e aberto o ambiente lá. Tinha o clima intelectual de uma universidade, não de uma empresa. Uma foto na parede mostrava a equipe Macintosh sentada em posição de lótus no chão, fascinada por Steve Jobs que lhes falava, qual um líder carismático.

Steve chamava-os de artistas, não de engenheiros. Alguns eram adolescentes. Aos 44 anos, eu era a única pessoa ali que não estava na faixa dos 20. Quase todo mundo usava jeans, camisetas e tênis arruinados. Mas havia muita paixão em seus olhos. Estavam hipnotizados, quase possuídos pelo que estavam fazendo: eram todos jovens, apaixonados, idealistas e brilhantes. Queriam mudar o mundo.

Sculley conta que, após muitas propostas e contrapropostas, Jobs fez-lhe uma pergunta decisiva. "Você quer passar o resto da vida vendendo água com açúcar ou quer uma chance para mudar o mundo?"

DEIXANDO A PEPSI

A pergunta atingiu Sculley em cheio. Ele se questionou por inteiro, vendo que suas maiores resistências em deixar a Pepsi eram "as coisas pragmáticas que preocupam as pessoas de meia-idade" E, embora não aceitasse ir para a Apple naquele momento, percebeu que não conseguiria mais dizer não a Jobs. "Um peixe no anzol", descreve-se Sculley. Quando veio uma oferta irrecusável, em termos financeiros, da Apple, John Sculley só teve de transpor um difícil obstáculo: contar o que estava acontecendo ao seu amigo, ex-sogro e superior na Pepsi, o chefão Don Kendall.

Quando deixei a PepsiCo, sabia que estava deixando de lado a ortodoxia empresarial por uma nova vida. Deixei minha velha identidade num armário em Greenwich, quando fiz uma mala de roupas informais, sem nenhum terno. Atravessei o país, não num avião da empresa com o logotipo da Pepsi, mas num vôo comum.

No meu crachá havia o número 4 450, indicando que eu era a 4 450.ª pessoa a ser contratada pela companhia. Não era um emprego das nove às cinco para ninguém. As pessoas estavam dispostas a trabalhar nos horários mais loucos para fazer seus produtos.

Era uma época embriagadora. O verão de 1983 foi o pico do boom de Silicon Valley. Gente jovem vivia muito bem, com seus pagamentos, opções de ações e especialmente seu endividamento crescente. Corriam por toda parte em luxuosos carros esporte, regalavam-se presentes caríssimos e compravam casas de aspecto engraçado nas colinas do vale. Eu sempre guiara um Volkswagen na Pepsi, mas agora também fui a um vendedor de Mercedes, para ver as possibilidades. Não se podia entrar num bar, restaurante, saguão de hotel ou numa loja de departamentos sem ouvir pessoas falando sobre alta tecnologia. Sempre que eu fazia a pergunta: "Você acha que isso é verdade e vai continuar a crescer desse jeito?", era confrontado com olhares incrédulos. As pessoas me olhavam como se eu não fosse um crente. Eu não sabia que aquilo era Silicon Valley. Todos, afinal, estavam hipnotizados com a excitação de mudar o mundo com computadores.

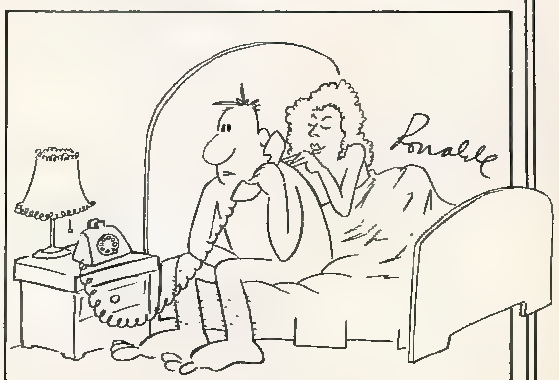
"O presidente da Apple me recebeu em mangas de camisa e jeans. Percebi que eu era o único ali que estava de terno"

UM ASTRO EXECUTIVO

Sculley passou os primeiros tempos se adaptando à nova empresa. As reuniões, virando facilmente uma bagunça, com discussões paralelas, desrespeito à agenda, foram uma experiência nova. A linguagem usada na empresa, cheia de expressões e termos desconhecidos por Sculley, obrigou-o até a manter um dicionário pessoal, em que anotava nomes técnicos e jargões de computadores. Mas a experiência era positiva:

Em alguns dias, minha passagem pela Pepsi parecia ser coisa de outra vida. Eu vinha de um mundo em que os altos executivos eram relativamente anônimos, umas criaturas sem graça. Na Apple, os líderes eram tratados como se fossem superastros. As pessoas me reconheciam na rua, me pediam autógrafos. Eu nunca ouvira falar de um executivo dando autógrafos e não podia imaginar por que alguém quisesse o meu.

O entusiasmo irrefreado, porém, convivia com uma empresa indisciplinada e orgulhosamente independente. Poucos dias depois da minha chegada, a primeira regra que adotei foi não aceitar memorandos de mais de uma página. Eles forçam a pessoa a ser

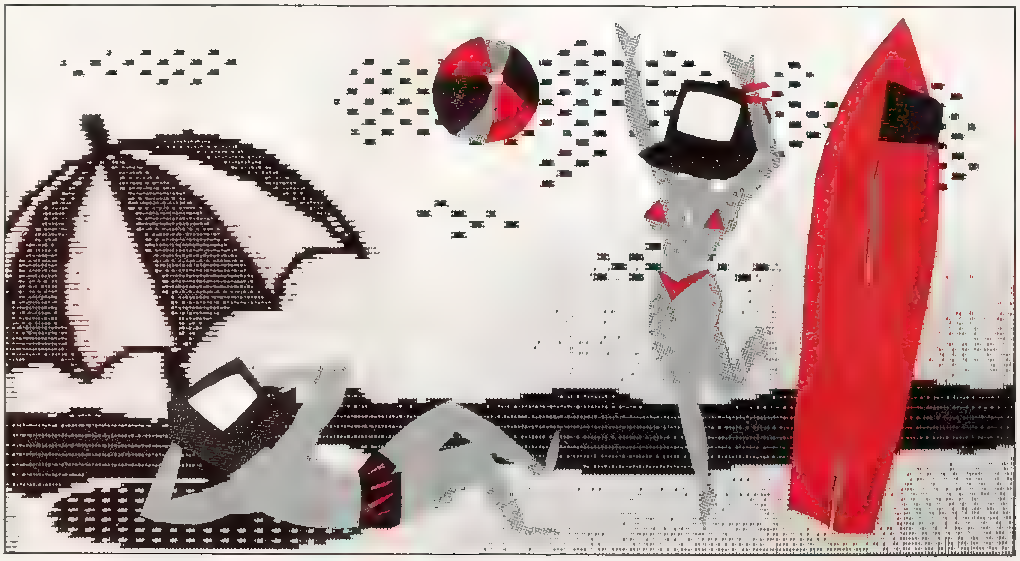


Alô... Tele-Preservativos?...

articulada e a conhecer o assunto em questão. Mas na Apple eram uma raridade. Como todo empregado tinha um computador na sua mesa, tudo vinha em tamanho família. Inundado de papel, eu precisava levar toda noite para casa pastas cheias de documentos para estudar. Finalmente, recuseime a ler qualquer memorando com mais de uma página.

Não levou muito tempo para eu descobrir que ali pouco se realizava na base de uma ordem executiva. Ninguém dava muita atenção às diretivas superiores. A independência era estimulada a ponto de as pessoas sentirem que podiam fazer suas próprias opções.

Aos poucos, Sculley descobriu o conceito que impulsionava a Apple e que chamou de administração "buy-in" (de compra). Na Apple não havia administração de cima para baixo, como Sculley se acostumara nas grandes empresas



do Leste. Também não havia a administração por consenso, à maneira dos japoneses. Ali, se alguém tinha uma idéia, era obrigado a "vendê-la" e persuadir os outros a "comprá-la" como importante para o bem geral. As decisões, então, eram resultado de uma discussão saudável de opiniões, como escreve Sculley: "Numa empresa mais convencional, os altos executivos freqüentemente têm a autoridade de dizer não, mas raramente têm a mesma autoridade para dizer sim"

Ele reconhece que, no esquema da Apple, as decisões levam mais tempo para serem tomadas. Em compensação, assim que a idéia é "comprada", os membros do grupo vão fazer tudo, literalmente, para garantir o sucesso do projeto. Mas Sculley, além de aprender muito, começou a agir e mostrar do que era capaz.

Quanto mais o Vale brilhava como um Eldorado maior era a corrida dos concorrentes pelo prêmio. A concorrência aumentava de todos os lados. A Hewlett-Packard lançou um computador pessoal; a AT & T, também; a Atari estava preparando um computador pessoal de baixo preço; e a Commodore, um computador pessoal mais avançado do que qualquer outro no mercado. Os fabricantes de programas precisavam produzir dois padrões, para o Apple II e o IBM PC. Os revendedores tinham de decidir qual número de máquinas e de que marca estocar. E os consumidores eram obrigados a adivinhar qual o melhor.

Os repentinos problemas na indústria começaram a revelar dificuldades dentro da Apple e a razão pela qual eu havia sido contratado. A principal delas era o fato de que todo mundo tinha grandes idéias, mas havia necessidade de uma estrutura. Meu primeiro teste como presidente-diretor-geral era estabelecer parâmetros e prioridades para futuros desenvolvimentos de produto, lançamentos e estratégia de marketing. A disciplina que introduzi era o mais gentil dos transplantes da Pepsi, mas muito necessária. Convenci Steve a, pelo menos, fazer o Macintosh *(a nova linha mais avançada de computadores pessoais)*, ainda não lançado, compatível com a nova série de computadores Lisa 2. Reorganizei a linha de produtos da Apple em duas famílias separadas, o Apple II e o Lisa/Macintosh, organizando o pessoal de marketing em torno delas. O Apple II, devido à sua apresentação colorida, ao enorme volume de software e a sua posição dominante, se destinava principalmente para o mercado doméstico e de educação menos sofisticada. O Lisa e o Macintosh, nossos computadores de 32 bits, seriam dirigidos a empresas e universidades.

Abandonamos várias idéias de produtos novos, embalagens esotéricas de software e alguns periféricos, para centralizar os esforços da companhia em diversos produtos-chave. E assumimos o compromisso de apoiar o Apple II, com investimentos significativos em marketing e produção, para garanti-lo como uma importante família de produtos por quase toda a década. Quando cheguei, descobri muita gente na organização fazendo a mesma coisa. Existiam, por exemplo, três ou quatro grupos de marketing coincidentes. A estratégia de linha de produtos que desenvolvemos levou a uma nova organização que eliminava muitas dessas coincidências. Transformei as treze divisões autônomas em sete, e me coloquei como chefe do grupo Apple II. Achei que seria uma boa maneira de aprender. Também mergulhei nos detalhes financeiros da companhia. Em certos casos, duplicamos nosso pessoal de auditoria interna para dominar os custos financeiros essenciais e instalar práticas mais rígidas de controle.

Com apenas seis meses de Apple, Sculley teve de enfrentar uma grande crise da indús-

Sculley entrou para a Pepsi-Cola, a divisão de refrigerantes da PepsiCo, em 1967. Alguns anos depois, após ter passado por vários cargos na empresa, deu uma série de sugestões para salvar uma nova fábrica de batatas fritas em Paris, que estava dando prejuízo. Daí, foi visto como o homem certo para as operações internacionais da companhia na divisão de alimentos.

O setor, aliás, apresentava um péssimo desempenho. Era um amontoado confuso de empresas deficitárias espalhadas pelo mundo: uma fábrica de biscoitos na Suécia, uma de massas na Venezuela, ingredientes para lanchonetes no México, Japão, Canadá, Espanha e Porto Rico. E empresas de batata frita e pretzels (uma espécie de salgadinho) no Brasil.

Ele conta: "As pessoas pensaram que eu havia perdido a cabeça. Era o equivalente, na empresa, a ir para a Sibéria, o beco sem saída para executivos que não conseguiram sobreviver no ambiente altamente competitivo da PepsiCo. Eu esta esnobando o cargo de número dois da Pepsi-Cola, a divisão que tinha, sozinha, US$ 700 milhões em vendas, para dirigir a única que estava no vermelho"

"Da minha parte, eu sempre gostara da idéia aventuresca de ficar viajando pelo mundo. E, além disso, o que estava em jogo era um grande desafio: transformar um negócio perdedor numa atividade lucrativa. Minha primeira decisão foi fechar a empresa em Paris, que tinha sido comprada só dez meses antes."

"O que Don Kendall, o presidente-geral da PepsiCo, não sabia é que recentemente havíamos comprado duas empresas no Brasil que poderiam enfrentar um destino semelhante ao da filial francesa: uma fábrica modestamente lucrativa de pretzels e uma desastrosa produtora de batatas fritas."

Sculley compara a linha de montagem da fábrica de batatinhas, localizada em São Paulo, a uma invenção de Rube Goldberg (um genial cartunista americano que criava máquinas malucas e absurdas nos seus desenhos). Numa ponta, os caminhões despejavam sacos de batatas de 100 quilos. Na outra, eles levavam caixas de batata frita em saquinhos. No meio, o produto era passado de andar em andar.

Em seu livro, o empresário fala dos sacos sujos, das velhas máquinas, dos processos manuais de fazer a batata frita e de embalá-la, do suor dos empregados caindo no produto, da pequena balança de cozinha que servia para pesar os sacos. "O processo", escreve, "que teria violado a maioria das leis sanitárias americanas, criava o que tinha o gosto da mais incomível batata frita do mundo. As batatinhas tinham muito açúcar, então ficavam marrons. A máquina cortava-as grossas demais. O óleo de fritar era rançoso. Os sacos de celofane não mantinham o produto fresco. Muitas vezes, ao chegar à loja, estava tudo estragado."

"Tanto esta empresa quanto a fábrica de pretzels cometiam os erros mais primários nesse tipo de negócio. Não se pensava um instante em marketing e promoção, e o resultado é que ambas as marcas não tinham identidade no mercado. Não havia controle financeiro, nem mesmo um processo de administração, na fábrica de batatas fritas. E, o mais importante, faltava um produto comestível. A tarefa de fazer o negócio funcionar era ainda mais complicada pela economia de montanha-russa do Brasil. Se não conseguíssemos melhorar os resultados a níveis dramáticos, iria rapidamente para a falência."

SCULLEY NO BRASIL: UMA LUTA CONTRA CRISES E A FALÊNCIA

O que Sculley fez? Inicialmente, trouxe gerentes da Frito-Lay americana para contratar e treinar pessoal novo. Descobriu novos fornecedores de batatas e sacos para melhorar a qualidade do produto e mantê-lo fresco. Mudou completamente a administração, implantando controles financeiros, reorganizando toda à estrutura das empresas. Para elevar a taxa de crescimento, foram comprados novos caminhões, criadas novas embalagens e reformulados todos os conceitos de merchandising, publicidade e promoção. "Era difícil", conta Sculley, "justificar um novo equipamento automatizado, devido ao preço ínfimo da mão-de-obra. Então, meus homens caçaram máquinas antigas nos Estados Unidos, desmontaram-nas em pequenas peças e trouxeram tudo escondido nas suas maletas e malas, para driblar a proibição de importação de equipamentos para indústrias consideradas não-essenciais.

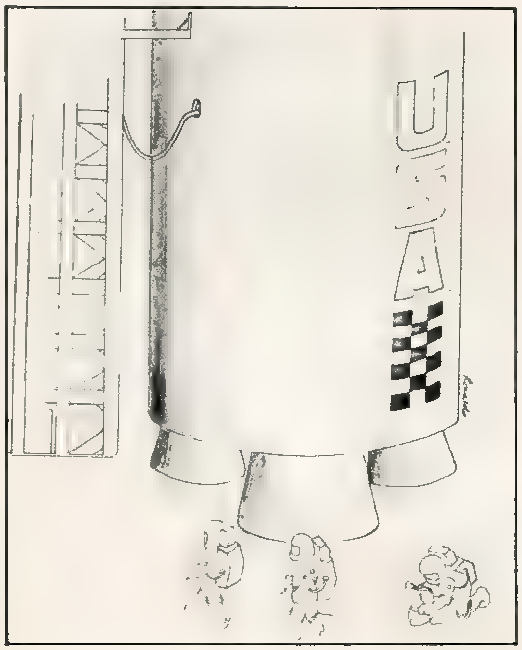
O negócio começou a melhorar e Sculley introduziu algumas idéias originais, como resolver o problema de esgotos da fábrica com um velho truque que ele aprendera nas Bermudas, onde foi criado. "Compramos uns peixinhos dourados e colocamos na fossa: eles comeram o que havia lá. Limparam nossos encanamentos e nos ajudaram a satisfazer as exigências sanitárias do governo. Tudo sem a necessidade de caro equipamento de controle da poluição." Pouco depois, em 1977, ele desistiu, após muitas recusas, de lutar contra os que queriam vê-lo na presidência da Pepsi-Cola e abandonou a divisão internacional. Mas saneada e dando lucro.

tria, que provocou inúmeras falências e fez a Apple ficar só um pouquinho atrás da IBM. O lançamento do Macintosh, um modelar exemplo de combinação de produto de qualidade com o momento exato para o mercado, mudaria tudo isso. Todos os computadores pessoais, inclusive o Apple II, exigiam que o usuário gastasse várias horas aprendendo a usá-los. Não se podia tirar um da caixa, ligar e começar a usar; o Macintosh era um produto novo que podia ser ligado e usado quase instantaneamente.

BICICLETA DA MENTE

Steve Jobs queria que o lançamento do Macintosh fosse o mais fenomenal que já tivesse acontecido no mundo. Depois de muita briga a respeito do preço, foi feita uma série bombástica de comerciais com o tema girando em torno de 1984 (O livro de George Orwell), dirigidos por ninguém menos que Ridley Scott, o cineasta de **Alien** *e* **Blade Runner.** *Foi uma das campanhas mais caras feitas até hoje — só a veiculação no Super Bowl, a final do campeonato de futebol americano, custou 1 milhão de dólares. Foi um sucesso. Como escreve Sculley: "Ninguém podia nos parar. Nem nós. Nem a IBM". Uma espantosa simbiose entre ele e Steve Jobs presidiu o fantástico lançamento do Macintosh a 23 de janeiro de 1984.*

As vendas corresponderam imediatamente: 50 mil unidades em 74 dias, ante a estimativa de que tal marca só seria atingida em cem dias. A "bicicleta da mente", como Jobs chamava o Macintosh, era um êxito graças a uma combinação de tecnologia revolucionária e marketing. O "duo dinâmico", como Jobs e Sculley foram chamados pela revista **Business Week**, *estava no auge de sua colaboração criativa.*



Sua técnica revolucionária, mais um certeiro marketing, iria fazer do modelo Macintosh um sucesso único no mundo dos micros

Copyright © 1987 by John Sculley. Published by arrangemente with Harper & Row, Publishers, Inc., New York, N.Y., U.S.A.

Mas isso não durou muito. Enquanto o sucesso subia à cabeça de Jobs elevado a uma posição mais alta dentro da estrutura da Apple, no entusiasmo da vitória do Macintosh —, a companhia estava à beira de uma luta interna pelo poder. Jobs começou a tomar decisões demais, inclusive nas áreas específicas de Sculley, dando todas as prioridades para a família Macintosh, passando por cima do pessoal do Apple II. Com muito descontentamento pelos corredores, houve um conflito sobre a distribuição dos produtos, que dividiu a empresa em dois. Outros pontos de atrito foram se acumulando e Sculley se sentiu afastado das decisões operacionais do dia-a-dia. E chegou a uma decisão:

Eu tinha de afastar Steve da posição de administrador-geral da divisão Macintosh. Era uma decisão penosa, porque eu sabia que o custo seria alto. Steve pagaria o preço de um emprego que ele gostava. Eu pagaria o preço de nossa amizade, pois sabia que ela nunca sobreviveria a isso. Durante dias, procurei uma alternativa. Mas minha responsabilidade era para com os acionistas, a diretoria e os funcionários. Eu tinha de separar meus interesses pessoais dos interesses da empresa.

Sculley foi falar com Steve. E avisou que, na próxima reunião da diretoria, pediria o seu afastamento das funções operacionais. Steve reagiu, furioso: "Se você fizer isso, vai destruir esta empresa!"

Mas a diretoria ficou com Sculley e autorizou a mudança. Pouco mais de um mês se passou e amigos avisaram que Steve estava procurando os membros da diretoria, um a um, para demitirem Sculley. Este desistiu de uma viagem que faria à China, para travar o combate final. Os dois se enfrentaram na reunião da diretoria, com Jobs dizendo abertamente que era mais capaz que Sculley para dirigir a Apple. E Sculley retrucando que não confiava mais nele e precisava vê-lo fora da Apple.

No dia seguinte, a decisão era, mais uma vez, favorável a Sculley. Ele e Jobs foram dar um passeio nas colinas do Silicon Valley, onde ambos desabafaram à vontade. Na manhã seguinte, Sculley convocou a diretoria e ouviu de um de seus membros mais respeitados: "John, para nós chega disso. A companhia está sendo dilacerada. Você tem nosso apoio, mas esperamos que você mostre uma liderança forte e não deixe Steve voltar a atuar nas operações"

Em outro dia da semana, liguei para Steve, dizendo-lhe finalmente que não havia nenhuma solução que fizesse sentido para ele num papel operacional.

Bem disse ele, obviamente ferido —, acho que é isso.

Lamento, Steve. Acho que é.

O.K.

Foi uma conversa breve, um fim abrupto para nosso relacionamento. A 31 de maio assinei os papéis que o afastavam da vice-presidência executiva.

ENTREVISTA ANDRADE VIEIRA

E o Partido dos Trabalhadores e a CUT *[Central Única dos Trabalhadores, ligada ao PT]* ainda insistem em lutar contra o inimigo errado — as empresas!

PLAYBOY — E tem alguém lutando contra o inimigo certo?

VIEIRA — O Luiz Antonio Medeiros *[presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Paulo]* já está na linha certa quando diz: "Vamos lutar para as empresas crescerem, e vamos lutar contra a empresa na hora do acerto do salário" O conflito trabalhador/empresa é restrito à hora do acordo salarial. Mas em todo o resto do tempo os interesses são convergentes. E o inimigo real é o governo.

PLAYBOY — Mas os empresários sempre procuram a tutela do governo na hora das negociações, principalmente quando o conflito trabalhador/empresa se agrava...

VIEIRA — Acho que hoje essas negociações já estão bastante livres. Mas realmente houve uma omissão do empresariado durante os governos fortes. A situação era cômoda e fácil, pois o governo determinava os índices. E o progresso só virá com a livre negociação entre patrões e empregados. Os trabalhadores que levarem a empresa em que trabalham à insolvência por entrarem em greve com exigências salariais absurdas ou não absorvíveis pelo empregador são no mínimo burros. Estão se suicidando... Então me custa crer que uma classe inteira seja capaz disso.

PLAYBOY — Hoje ninguém mais discute o fato, incontestável, de que há uma série de empresas estatais e órgãos públicos inoperantes e até improdutivos. Mas o senhor não acha que a voracidade de recursos por parte do Estado se deve ao fato de o Brasil ter um território imenso e o governo ter de investir em infra-estrutura (estradas, comunicações, energia elétrica, saneamento) e em setores fundamentais para o desenvolvimento do país?

VIEIRA — O governo tem de investir nisso e tem de arrecadar impostos para fazer esses investimentos. Mas no momento em que o governo fica com a Ecex *[empresa de engenharia responsável pelas obras da ponte Rio—Niterói]* por 20 anos, sem produzir nada e pagando salários para centenas de funcionários, isso é um crime contra a economia popular.

PLAYBOY — Todo esse descalabro foi montado num período em que a sociedade não tinha condições de fiscalizar os atos do governo...

VIEIRA — Perfeitamente. Isso é um processo que veio num crescendo...

PLAYBOY — O senhor não acha que deveriam ser criados mecanismos que permitissem à sociedade controlar melhor o governo e suas empresas?

VIEIRA — O mecanismo é o Congresso Nacional, que precisa ter mais liberdade do que tinha. A diretoria de uma estatal aprova um programa, e ninguém fica sabendo... Essas decisões deveriam ser aprovadas pelo Congresso.

PLAYBOY — Mas a criação e proliferação de estatais durante os governos autoritários foi a solução encontrada pelo regime justamente para fugir aos controles da sociedade e do Congresso...

VIEIRA — Por isso os nossos ministros que entram no governo na qualidade de empresários e que se dizem favoráveis à livre iniciativa deveriam cumprir esse papel, mostrar isso, tornar isso aberto, ajudar o presidente da República a clarear essa questão. Mas os próprios defensores da economia de mercado, quando chegam ao poder, mudam de lado, não é?

PLAYBOY — O que há por trás desse mistério?

VIEIRA *[Rindo]* — Não sei explicar... É tão difícil entender quanto o voto do senador Albano Franco *[presidente da Confederação Nacional da Indústria]* a favor do monopólio nacional da distribuição de combustíveis. Então, num país onde acontece uma coisa dessas, como é que se pode criticar o governo? A gente fica perplexo. E o povo, então, que quer seguir uma liderança?

PLAYBOY O ex-ministro Mário Henrique Simonsen recentemente se penitenciou e publicou um artigo na *Veja* criticando a participação estatal na economia.

VIEIRA — Mas ele foi ministro de um governo extremamente forte, e quem foi capaz de impor o Proálcool, o programa atômico brasileiro, deveria ter sido capaz também de impor a desestatização. Não

REVEST-FILM. Porque pessoas de sucesso precisam de privacidade.

Os vidros do meu carro têm REVEST- FILM, uma película de controle solar fabricada em poliéster aluminizado. REVEST-FILM impede que os outros vejam o interior do automóvel.
Afinal, se as ruas são públicas, meu carro é particular.
É uma extensão de minha casa.
Exijo privacidade.

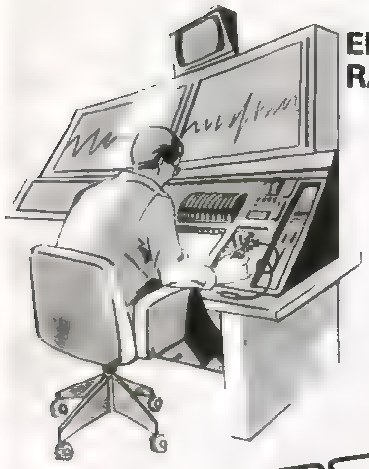
REVEST-FILM reflete a maioria dos raios solares. Reduz o calor interno, protege o painel e estofamento. Torna os vidros mais seguros, porque evita que se estilhacem.

Só tem um problema: REVEST-FILM deixa o carro mais bonito. Personaliza. E, sem querer, acabo fazendo mais sucesso ainda. É o destino.

SÃO PAULO: **Revest Car** - Fone (011) 255-5469 • BELO HORIZONTE: **Revest Car** - Fone (031) 334-2768 • RIO DE JANEIRO: **Revest** - Fone (021) 284-5991
CAMPINAS: **Impercamp** - Fone (0192) 53-6766 • CUIABÁ: **Protegard** - Fone (065) 361-4874 • CAMPO GRANDE: **Protegard** - Fone (067) 386-3892

Importadora dos Estados Unidos. Aplicável em automóveis, barcos, aviões, residências etc. Kits para aplicação: enviamos para todo o Brasil

Aqui você tem duas oportunidades de garantir seu futuro



ELETRÔNICA RADIOTÉCNICO E TELEVISÃO

Este é um curso completo, onde você irá realizar inúmeras experiências eletrônicas através de um Laboratório especial. Em seguida irá montar um belíssimo Radiorreceptor de 3 faixas de onda, aplicando assim seus conhecimentos em Radiotécnica. Finalizará seus estudos com amplas informações sobre Televisão. O estudo em videocassete irá alicerçar seus conhecimentos pelo reforço das explicações do professor.

DESENHO ARTÍSTICO E PUBLICITÁRIO

Você vai desenvolver o seu talento, conhecendo as várias técnicas do Desenho, podendo especializar-se nas áreas de modas, decoração de interiores ou pintura. Poderá aprofundar-se nas artes de comunicação, elaborando peças publicitárias, trabalhando em agências de publicidade ou mesmo por conta própria. Os módulos de estudo em vídeo vão fixar seus conhecimentos ilustrando a matéria com riqueza de imagens.

INÉDITO

ESTUDE PELO MÉTODO TRADICIONAL OU COM AS AULAS DE APOIO E MEMORIZAÇÃO EM VÍDEO

Sempre na vanguarda, buscando constantemente novos e modernos métodos de ensino, o Instituto Universal Brasileiro está colocando à sua disposição, com exclusividade, mais uma opção para você tirar o melhor proveito do seu curso; são as aulas de:

Reforço e Memorização em Videocassete!

Através desse método, você poderá, caso desejar, adquirir o seu curso **com fita** de vídeo e assistí-la no conforto da sua residência, ou **sem fita**, pelo método tradicional de ensino por correspondência, já consagrado em 47 anos de atividade da nossa Escola.

É importante lembrar que ao optar pelo curso **sem fita** você terá a matéria completa, permitindo total aproveitamento. As aulas em videocassete são mais um recurso inédito de apoio e fixação que o Instituto lhe oferece.

Em qualquer opção, você terá direito de assistir a fita nas Unidades de ensino do Instituto.

UNIDADE SÃO PAULO - Centro: Av. Rio Branco, 781 (esq. c/ Av. Duque de Caxias)
UNIDADE SÃO PAULO - Santo Amaro: R. Promotor Gabriel Nettuzi Peres, 436
UNIDADE RIO DE JANEIRO: Rua Riachuelo, 159 (próximo aos Arcos da Lapa)
UNIDADE BELO HORIZONTE: Av. Augusto de Lima, 233, s/lojas 55/56 Ed. Maleta
UNIDADE SALVADOR: R. Marujos do Brasil, 5-B, Ed. André Luiz, Bairro Tororó

Faça você também como mais de 2 milhões de pessoas que já estudaram no

INSTITUTO UNIVERSAL BRASILEIRO
1940 - 1987
47 ANOS DE EXPERIÊNCIA DEDICADOS AO ENSINO

Preencha e envie hoje mesmo este cupom

PB-150

INSTITUTO UNIVERSAL BRASILEIRO
Av. Rio Branco, 781 - Cx. Postal 5058 - São Paulo - CEP 01000

Senhor Diretor: Peço enviar-me GRÁTIS o folheto completo sobre o curso de .....
(Indicar o curso desejado)

☐ Com fita ☐ Sem fita

Nome .....
Rua ..... N.º .....
CEP ..... Bairro ..... Cx. Postal .....
Cidade ..... Estado .....

VÁ À BAYARD EM BUSCA DE AVENTURAS

BAYARD
MARCA DE ESPORTE

BIRAPUERA
Tel. 542-7055
Tel 542-3718

Shopping Center IGUATEMI
Tel. 210-3451

MorumbiShopping
Tel. 240-9936

A mais completa linha de produtos para caça, pesca, tiro, camping e cutelaria. Vendas para todo Brasil: solicite lista de preços.

Rua do Rocio, 352 - V. Olímpia
CEP 04552 - SP - Fone: 813-2822

Serviço ao Assinante

PLAYBOY

Você tem alguma dúvida sobre sua assinatura?

Utilize estes telefones:

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO ASSINANTE

SÃO PAULO
Das 8:00 às 18:00 (ininterrupto)
Fone: (011) 823-9222
RIO DE JANEIRO
Das 8:00 às 18:00 (ininterrupto)
Fone: (021) 295-5544
RECIFE
Das 8:30 às 12:30 e das 14:00 às 18:00
Fone: (081) 224-0655
SALVADOR
Das 8:00 às 12:00 e das 14:00 às 18:00
Fone: (071) 247-1022
BELO HORIZONTE
Das 8:30 às 12:00 e das 13:30 às 18:00
Fone (031) 275 2255
PORTO ALEGRE
Das 8:30 às 12:00 e das 14:00 às 18:30
Fone: (0512) 33-9034
CURITIBA
Das 8:30 às 12:00 e das 14:00 às 18:30
Fone: (041) 263-3013
BRASÍLIA
Das 8:30 às 12:00 e das 13:30 às 18:00
Fone: (061) 226-6963
FLORIANÓPOLIS
Das 8:00 às 12:00 e das 14:00 às 18:00
Fone: (0482) 44-7980
GOIÂNIA
Das 9:00 às 11:00 e das 14:00 às 17:00
Fone: (062) 261-3311

Você mudou de endereço?
Envie este cupom, comunicando seu novo domicílio, para
EDITORA ABRIL-ASSINATURAS
Caixa Postal 11.830, CEP 01139, São Paulo, SP.

COLE AQUI SUA ETIQUETA DE ENDEREÇAMENTO ANTERIOR.

Atenção: Os exemplares começarão a chegar em seu novo endereço 3 semanas após recebermos o seu pedido.

Não preencha este espaço. Entrega ☐ Roteiro ☐ PB-150

Novo endereço _____ CEP _____

Bairro _____ Estado _____

Cidade _____

VERÃO EM BOA FORMA

EDITORA AZUL

Continuação da pág 83

NICK

pick-up Saveiro transformada. Só que as transformações foram tantas, que resultaram num automóvel inteiramente novo, com design e personalidade próprios.

Cento e cinqüenta quilos mais leve e quase um metro mais curto que a Saveiro, o Nick é o menor carro fabricado hoje no Brasil: 3,08 m, pouco maior que uma prancha grande de surf. Partindo do projeto de Paulo Goulart e usando fibra de vidro em substituição à lata, o estilista Anísio Campos criou novos pára-lamas, pára-choques, grades e o capô dianteiro. Na traseira, a caçamba original da pick-up foi praticamente eliminada — o pequeno espaço que sobrou foi aproveitado como um porta-malas fechado.

A parte mecânica, assim como o acabamento interno, é a mesma do Gol. Com uma vantagem para o Nick: como é mais leve, ele consegue um desempenho superior, até mesmo, aos modelos esportivos disponíveis no mercado. Equipado com motor 1 600, faz o ponteiro do velocímetro bater facilmente nos 180 km/h. Com o motor 1 800 (igual ao do Santana), o ponteiro vai a 190 km/h. E você pode acelerar sem medo: o carro tem boa estabilidade, revelou um comportamento neutro nas curvas, sem tendência a sair de frente ou de traseira. Mais importante ainda, os freios — dimensionados para parar um veículo mais pesado respondem com notável eficiência e precisão.

No trânsito pesado da cidade, o Nick revela outras virtudes. É ágil o bastante para escapar facilmente das situações de sufoco, mas também dócil de dirigir. Minúsculo, cabe em qualquer vaga — uma garantia de que você poderá aproveitar os momentos ao lado de sua garota para algo mais emocionante do que ficar dando voltas no quarteirão à caça de um lugar para estacionar.

Lançado em dezembro pela Dacon, de São Paulo, o Nick está sendo comercializado em três versões por várias concessionárias Volkswagen. O GLS, que é o modelo mais caro (Cz$ 980 mil, preço de dezembro), vem com motor 1 800, vidros elétricos, bancos especiais e ar condicionado. Por enquanto, a produção está limitada a 50 unidades por mês, podendo chegar a 100.

Quem estiver disposto a entrar para esse clube *privé* que se prepare, desde já, para perguntas e olhares curiosos. Um "sacrifício" perfeitamente suportável quando se está a bordo de um Nick.

Últimos exemplares da autêntica caneta-telescópio U.S. MARINE

Veja tudo o que se passa à quilômetros; sem ser visto

Suas poderosas lentes aproximam as pessoas, casas, animais selvagens e maravilhas da natureza.

MODELO SUPERPOTENTE
Teste-o gratuitamente durante 30 dias

Agora, você pode possuir este fabuloso micro-telescópio que promete uma infinidade de emoções. U.S. MARINE pesa menos de 30 gramas e não mede mais do que 15 cm. Mas, entretanto, ele é super poderoso! Esta maravilha da Era Espacial é provida de 2 lentes para reversão de imagem (função de prisma), 2 lentes de campo, 1 ocular, 1 objetiva, profundidade de campo desde 1 cm até 1 milha, focagem por deslizamento instantâneo, perda aproximada de filtragem de 0,001 mm, excelente amplitude de campo e corpo anti-óxido e anti-choque.

O famoso U.S. MARINE lhe dá uma super-potência e um longo alcance, igual à de grandes binóculos.

Recomendado para agentes secretos e policiais. É inútil pagar quase uma fortuna por poderosos binóculos, se U.S. MARINE lhe dá potência e alcance por apenas **Cz$ 1.024,20.**

UM MICROSCÓPIO POTÊNCIA 25

Este luxuoso instrumento ótico não é apenas um potente telescópio. Em dois segundos ele se transforma em um microscópio potência 25. Permite dezenas de empregos: exame de células vegetais ou animais... de pequenos animais... cabelos... selos... moedas preciosas. Permite o reconhecimento de dinheiro ou assinaturas falsas. Comparação de impressões digitais. Acompanha você a vida inteira. Útil e divertido. Tudo isso por apenas **Cz$ 1.024,20**

Prazer e emoção em todas as manifestações esportivas

Coloque o U.S. MARINE em seu bolso — como uma caneta. Você estará sempre pronto a observar instantaneamente os esportes... corridas de cavalos, navios, automóveis, futebol, tênis... o que se passa nas praias, etc.

Veja — sem ser visto — o que se passa ao longe

Como um autêntico telescópio-espião, você pode observar a grande distância atividades suspeitas. Você vê, mas não é visto! Você verá os animais selvagens passeando de tão lônge, que eles nem ao menos percebem a sua presença. Possua um verdadeiro U.S. MARINE por apenas **Cz$ 1.024,20**. Um preço verdadeiramente baixo para uma vida inteira de prazer e emoções!

30 DIAS DE TESTE GRATUITO

Eis minha proposta. Utilize livremente um U.S. MARINE para observar as pessoas, os animais, as casas, etc. Constate a que ponto ele os aproxima de você e mostra detalhes invisíveis a olho nu. Você deve ficar 100% encantado, caso contrário, basta devolver o U.S. MARINE para receber todo seu dinheiro de volta (menos despesas de remessa e reembolso). Desta forma, ou você fica realmente satisfeito ou nós devolvemos o valor pago por seu U. S. MARINE. Isto sem condições e sem que nenhuma pergunta lhe seja feita. Este é um compromisso escrito.

Assim, você pode fazer este teste por simples curiosidade pois não corre o risco de perder dinheiro.

Se fazemos esta oferta, na qual damos todas as garantias, é porque estamos lhe propondo a autêntica caneta-telescópio U.S. MARINE. Caso contrário não poderíamos fazer esta oferta aonde assumimos todos os riscos e você nenhum.

Sua GARANTIA: Você fica 100% satisfeito — OU ISTO NÃO LHE TERÁ CUSTADO NADA!

Se você ainda hesita em fazer este teste leia isto:

1. Este teste é gratuito. Ele só lhe custará **Cz$ 1.024,20** se você ficar 100% encantado.
2. U.S. MARINE lhe propiciará momentos de prazer incalculáveis, permitindo que você observe, a grande distância, o que se passa nos bosques, navios, casas, praias...

IMPORTANTE

Em virtude da natureza especial desta oferta só aceitaremos, no máximo, pedido de 2 unidades por cupom.

Se preferir, faça seu pedido pelo telefone:
(011) 826-6333

Interpostal Marketing Direto Ltda R. Cruzeiro, 454 CEP 01137 São Paulo - SP.

CUPOM PARA 30 DIAS DE TESTE GRATUITO

a ser enviado

Interpostal Marketing Direto

R. Cruzeiro, 454 - CEP 01137 - São Paulo - SP

SIM, desejo testar gratuitamente um U.S. MARINE durante 30 dias. Fica entendido que ele deve permitir que eu veja, à distância, detalhes invisíveis a olho nu. Caso contrário, eu o devolverei no prazo de 30 dias, para receber todo meu dinheiro de volta (menos despesas de remessa e reembolso), o mais tardar uma semana após terem recebido minha devolução.

Sob esta garantia formal, queiram enviar-me:

.....6.196.2 U.S. MARINE pelo qual estou enviando:

☐ cheque ☐ vale postal

no valor de **Cz$ 1.024,20 + Cz$ 72,80** para as despesas de remessa, ou seja, um total de **Cz$ 1.097,00**

☐ prefiro pagar ao retirar no correio de minha cidade (reembolso postal), ao preço de **Cz$ 1.434,00** mais o valor das despesas de reembolso.

Nome: .....

Endereço ..... Número .....

Complemento (andar/bairro): .....

Cidade: ..... Estado: .....

CEP: ..... Data de Nascimento: Sexo: ☐F ☐M

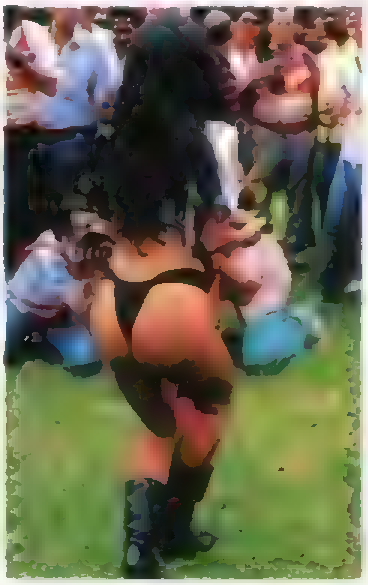
(coloque seu CEP corretamente para garantir a remessa)

PB-150

Fotos: Antonio Mallada

O Galinho e a Gatinha

O jogo entre Flamengo e Atlético Mineiro nem tinha começado ainda e a galera do Maracanã já estava eufórica. Não é para menos: vestindo um minúsculo biquíni, a modelo José Campos entrou em campo para entregar o troféu PLAYBOY "De Bem com a Vida" para o craque Zico. Depois, deu uma canja para os fotógrafos. Visto deste ângulo, um autêntico golaço.

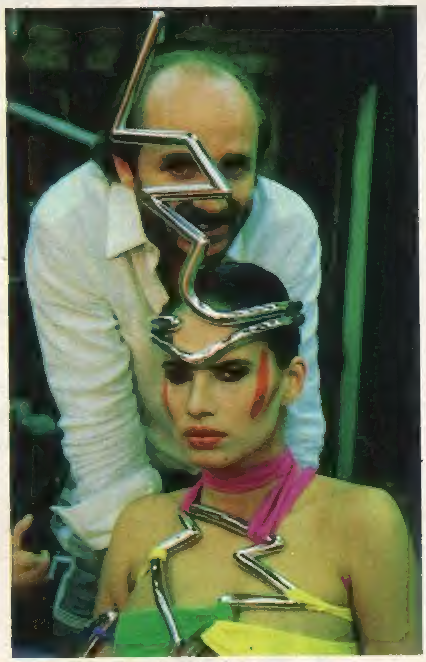


Deu Luma, no Miss Playboy Internacional

O ano do coelho, no calendário chinês, não poderia terminar de maneira mais gloriosa. Em dezembro, representando a edição brasileira de PLAYBOY, Luma de Oliveira foi eleita a primeira Miss Playboy Internacional. O concurso, em Hong-Kong, reuniu representantes dos 14 países onde a revista é publicada e rendeu a Luma mais de 30 mil dólares em prêmios. As coelhinhas dos outros países eram ótimas, mas a nossa era simplesmente imbatível.

Adivinhe quem vem para o chá?

O chá era de panela — para equipar a cozinha onde Marcella Praddo promete preparar deliciosos pratos para o apresentador de tevê Fernando Vanucci, com quem se casou no mês passado. Como anfitriã, Marcella ganhou, além dos presentes, uma maquiagem muito punk — à base de farinha e massa de tomate.



A Bela e a Fera (do vídeo) fazem os truques. E a vida fica mais fantástica

Ele é o gênio das artes visuais na tevê. Ela, uma gata morena de olhar desafiador. Os dois, responsáveis por um momento de pura magia e beleza: a abertura do Fantástico. Usando apenas maquetes, Hans Donner recriou em estúdio paisagens tão desiguais como o Grand Canyon, o deserto do Saara ou a Floresta Amazônica. Em sua louca viagem, a câmera surpreende a modelo Isadora Ribeiro emergindo de um tanque d'água. Para realizar a cena, repetida dezenas de vezes até ficar perfeita, Isadora treinou para ficar 15 segundos sob a água sem respirar. Na tevê, ela sempre consegue — e quem perde o fôlego é o espectador.

AS PIADAS DE PLAYBOY

Conversa entre marido e mulher, altas horas da madrugada:

— Você não faz o menor esforço para me satisfazer, não é, Jorge? — queixa-se Helena, depois de mais uma tentativa frustrada de fazerem amor.

— Claro que faço, meu bem. Mas você poderia me ajudar dizendo, ao menos, o momento em que está chegando ao orgasmo.

— Impossível, Jorge: você nunca está aqui quando isso acontece.

•

Um homem montado num cavalo entra no bar. Vão até o balcão e o cavalo faz o pedido:

— Garçom, um uísque duplo para mim e um copo de leite para o meu amigo.

— Por que um copo de leite?

— Porque é ele quem está dirigindo.

Uma velhinha de 80 anos entra na nova Delegacia de Mulheres, dirige-se à policial de plantão e diz que foi violentada.

— Como? Quando aconteceu isso? — pergunta, indignada, a investigadora.

Há vinte anos.

Vinte anos? E por que a senhora esperou tanto tempo para apresentar a queixa?

— Não, moça, eu não vim me queixar de nada. É que eu adoro contar essa história.

•

Um homem muito bem vestido entra no bordel, chama a gerente de lado e entrega-lhe um maço de notas de mil cruzados.

— Por favor, pegue isso e traga-me a pior garota que vocês têm aqui.

— A pior, senhor? Mas por que a pior se por esse dinheiro o senhor pode ter a melhor?

— Você não compreendeu, moça. Eu não estou a fim de trair a minha mulher — estou apenas querendo matar as saudades dela.

•

O anúncio, em letras enormes, saiu no jornal de segunda-feira: "Cura-se corcunda com limão" Na terça, logo cedinho, o consultório médico estava apinhado de gente.

Entra o primeiro paciente e, no momento seguinte, ouve-se na sala de espera uma gritaria ensurdecedora. Entra o segundo, o terceiro, o quarto, e a história se repete, os mesmos gritos de dor. Apavorado, o quinto paciente entra na sala do médico e descobre o chão e os lençóis cheios de manchas de sangue e, penduradas na parede, várias lâminas de ferro de superfície áspera.

— Mas o que é isso, doutor? O senhor não prometeu curar corcundas com limão?

— E não é isso o que estou fazendo? Ou você acha que é possível eliminar corcundas enormes como a sua usando liminha?

•

Escalado para fazer uma pesquisa de campo sobre o uso de preservativos, o jovem repórter de televisão resolve abordar uma bela e insinuante garota que acaba de sair do cinema:

— O que você acha da camisinha?

— Camisinha? Pode ser ótima, pode ser péssima. Tudo depende do que se põe dentro dela.

•

Diálogo ouvido nos corredores do Congresso Nacional entre uma deputada feminista e um deputado gaúcho com fama de machão:

— O que o senhor faria se, de uma hora para outra, sua mulher resolvesse trabalhar?

— Simples: vendia a máquina de lavar roupa.

•

Preocupado com a crise econômica mundial, Deus resolve descer à Terra e recebe em audiência os principais líderes políticos de três nações: Ronald Reagan, Mikhail Gorbatchov e José Sarney. Ouve atentamente todas as queixas e, depois, dá o seu veredicto:

— O problema dos Estados Unidos é grave, senhor Reagan. Acho que não vai dar para resolver na *sua* gestão. A situação da União Soviética, senhor Gorbatchov, não é diferente: também não vou conseguir consertar na *sua* gestão. Quanto ao Brasil, senhor Sarney, sinto muito, mas não vou conseguir resolver nem na *minha* gestão.

Quais os cinco bichos que uma mulher precisa para ser feliz? Resposta:

1) Um vison no armário
2) Um Jaguar na garagem
3) Um veado no cabeleireiro
4) Um leão na cama
5) E um burro pra pagar as contas

COMO O DIABO GOSTA

EM LP, CASSETE E COMPACT DISC

BMG
BMG Ariola Discos Ltda

RCA
ariola

O importante é ter
CHARM
CHARM
FILTRO DE LUXO
DPZ
Qualidade Souza Cruz